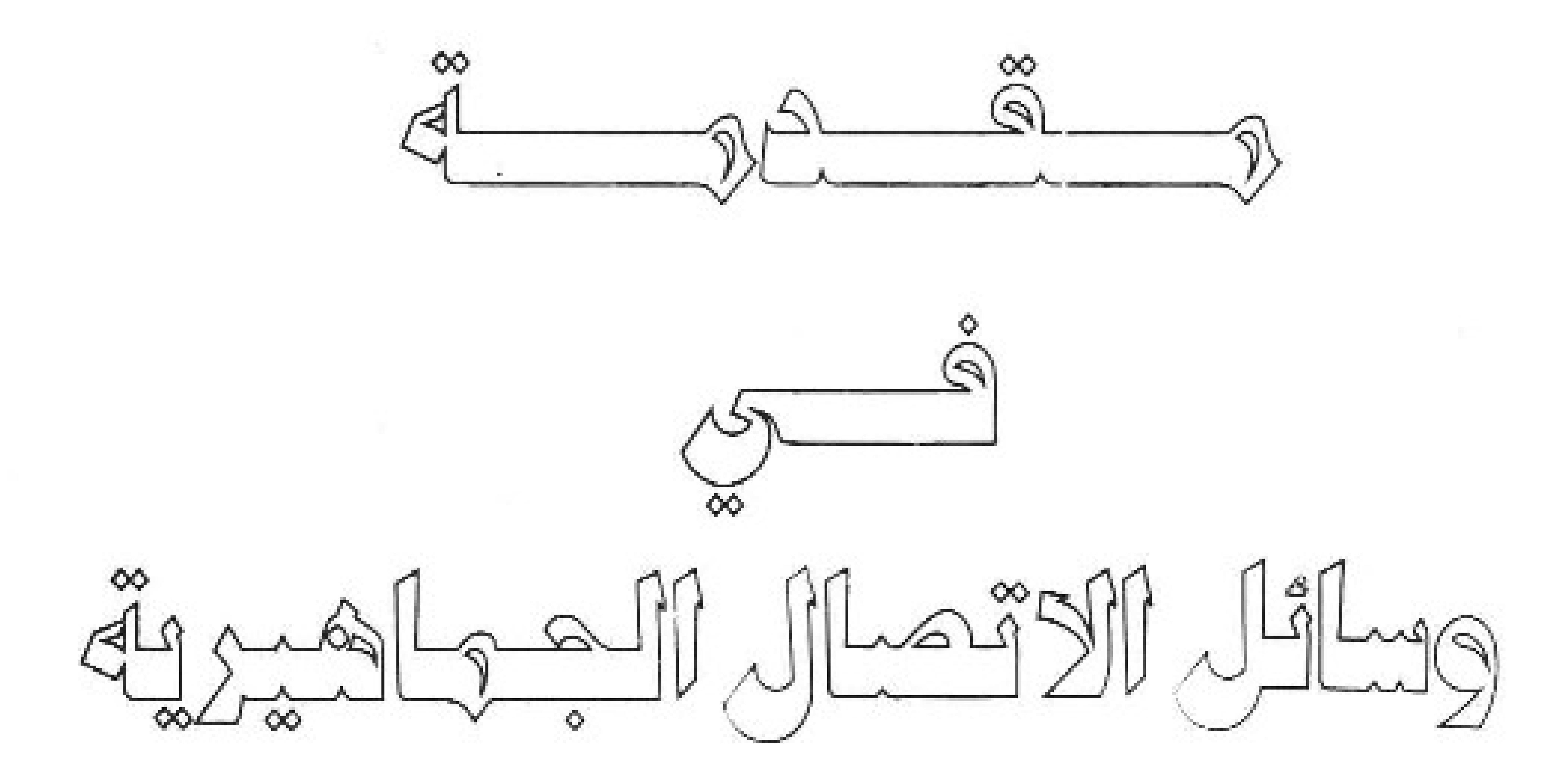
د. فضيل دليو

مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية

ديوان المطبوعات الجامعية

د. فضيل دليو





ديوان المطبوعات الجامعية

رقم النشر: 4.04.4148
رقم: ت. د. م. ك (ISBN) 9961.0.0196.6

محتويات الكتاب

مقدمة

إن موضوع وسائل الإتصال موضوع له أهميته العلمية والسياسية، لما يترتب عليه من آثار عظيمة في التقنيات والوسائل المستعملة -قديما وحديثا- في المدافعة و الصراع الحضاري المزمن بين الأمم والشعوب منذ آلاف السنين.

و نحن بحاجة أكثر من غيرنا إلى الإحاطة المعرفية بمثل هذه الوسائل الإتصالية، و ذلك بغية تعميم و تعميق إدراكنا و وعينا بأهميتها و خطورتها في سير المجتمعات.

هذا و بالإضافة إلى هذه الحاجة الطبيعية العامة، فإن حاجة الجامعيين عموما وطلبة علم الإعلام، العلاقات العامة، العلوم السياسية و علم اجتماع الإتصال في الجزائر خصوصا إلى مراجع في هذا المجال واضحة و ملحة.

و من هذا كانت محاولتنا المتواضعة هذه (مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية)، و ستليها بحول الله، محاولات أخرى -فردية أو جماعية- ضمن سلسلة دراسات في علم اجتماع الإتصال.

و هي في حقيقة الأمر، عبارة عن سلسلة محاضرات ألقيت في جامعة قسنطينة على طلبة معهد علم اجتماع الإتصال، دائرة الإتصال، لتغطية بعض المقاييس البيداغوجية في هذا التخصص. و لهذا قد يلاحظ القارىء الكريم الطابع المدرسي لهذا المؤلف و أسلوبه الأكاديمي.

و في الأخير، لا يسعنا إلا أن نرجوا أن يكون هذا الجهد المتواضع نافعا لما يهدف إليه.

و الله ولي التوفيق

قسنطينة في 26-10-1994

تمهيد : أهمية الإتصال

لم يعد خافيا أننا نعيش عصر الإتصال، فقد تقدمت تقنيات الإتصال بشكل مثير وتعددت وسائله إلى حد جعل الأقمار الصناعية توحّد بين القارات لتنقل الكلمة والصورة عبر آلاف الكلمترات وتعرضها مباشرة. كما تعددت وسائل الطباعة وتوسعت معها وسائل الإثارة المختلفة معتمدة على أحدث ما ابتكره العقل الإنساني غزوا للعقل والنفس معا...إلى درجة أصبح فيها موجهوه باستطاعتهم أن يتلاعبوا بعقول الناس ونفسياتهم... فيصوروا لهم الحق باطلا والباطل حقا, الخائن بطلا والبطل خائنا, العاقل مجنونا والمجنون عاقلا ... لأن مقود الإنسان من عقله ونفسه خاصة. بمعنى أنه من يستطيع أن يدخل على نفس الإنسان وأن يؤثر فيها, يملك الإنسان كله ويجعله مواليا له, مناصرا لرأيه, مؤمنا به.

هذا وإن الإتصال سيف ذو حدين, يستعمل للبناء أو الهدم, ولهذا كانت الكلمة أو ما يماثلها من وسائل اتصالية مسؤولية في كل الأوطان والأديان. والدين الاسلامي خصوصا يرتكز أصلا على المسؤولية (كل نفس بما كسبت رهينة– المدثر: 38) ويجعل من الكلمة أمانة ومسؤولية، فهي إما طيبة وإما خبيثة (ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء, تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها، ويضرب الله الأمثال للناس لعلهم يتذكرون, ومثل كلمة خبيثة

كشجرة خبيثة اجتثت من فوق الأرض مالها من قرار – إبراهيم: 26-24).

وإذا كان الحديث بين إثنين (المستوى البينشخصي) أمانة فكيف بالكلمة تطلق إلى الملايين من البشر بواسطة الأقمار الصناعية والموجات الكهرومغنطيسية عبر الراديو أو التلفاز لذا كانت من أنواع المسؤولية المتعدية يوم القيامة (ليحملوا أوزارهم كاملة يوم القيامة ومن أوزارهم الذين يضلونهم بغير علم, ألا ساء ما يزرون – النحل: 25) وفي الدنيا أيضا، حيث شرع الإسلام حدّ القذف (الإفك وإشاعة الفاحشة) لصيانة أمانة ومسئولية الكلمة (إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا لهم عذاب أليم في الدنيا والآخرة والله يعلم وأنتم لا تعلمون – النور: 19).

ولإتقان استعمال هذه الوسائل الخطيرة برزت في العصر الحديث الدراسات النفسية الإجتماعية التي تتغلغل في أسرار النفس البشرية وفي محيطها. إن أبرز ما ظهر من آثار هذه الدراسات: الحرب النفسية، التي كان لها مجال واسع في كسب المعارك العسكرية في الحروب الحديثة، والمعارك الإنتخابية في الحرب الإعلامية في المجال السياسي... لهذا كانت دراسة الإتصال في هذا العصر أمرا لازما للأفراد والجماعات على حد سواء، بحيث أخذت كمية المعلومات المطلوبة للنشاط الفردي والجماعي في الإزدياد المطرد. مما فرض القيام بعمليات اتصال أكثر كثافة وسرعة. إن من يتحكم في هذه العمليات الإتصالية هو الأقوى والأكثر فعالية.

ومن ثمة نال موضوع الإتصال اهتماما واسعا و متزايدا من قبل الباحثين في ميدان العلوم الاجتماعية الذين يعالجون عملية الاتصال بوصفها عملية اجتماعية وضرورة من ضرورات استمرار الحياة الاجتماعية ذاتها. و ازداد الاهتمام بأساليب السيطرة الإجتماعية و توجيه الرأي العام بتطبيق مناهج البحث الحديثة في هذا المجال و ذلك لأغراض متعددة: تربوية، سياسية، عسكرية أو/ وتجارية.



الفصل الأول
مفهوم الاتصال وتاريخ دراسته

المبحث الأول : تعريف "الاتصال"

المبحث الثاني : تاريخ دراسة "الاتصال"

المبحث الثالث : تاريخ البحث في "علم الاتصال"

المبحث الأول
تعريف "الاتصال"

تعريف الإتصال

إن كلمة (الإتصال) بالرغم من تداولها الواسع إلا أنها تحمل معان مختلفة عديدة: فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الأكاديمي أو النشاط التطبيقي الملازم له ، أو بوصفها علما أو فنا أو علاقات إنسانية أو وسائل إتصال جماهيرية أو حاسبات آلية شخصية أو إرشادا نفسيا، كما أنها قد تعبر على عملية هادفة مقصودة أو طبيعية تلقائية , إلخ .

هذا وقد ساهم اهتمام المختصين من مجالات دراسية مختلفة (علم نفس, اجتماع, سياسة, انثروبولوجيا, الحيوان...) في زيادة المعاني المختلفة لكلمة الإتصال.

ولكن كل هذه الطرق والمجالات والمعاني تركز أساسا على عنصر أساسي هو "نقل المعلومات".

و لنمر الآن إلى تعريف كلمة "الاتصال" لغة واصطلاحا لنعطي نماذج لتعريفات بعض المهتمين بالإتصال كعملية إجتماعية:

إن الاتصال (والمترجم عن الإنجليزية Communication) كلمة مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية (Communis) التي تعني الشيء المشترك وفعلها (Communicare) أي يذيع أو يشيع (محمد سيد محمد: 1982، ص. 23).

ويعني"الإتصال" فنيا، حسب ريكارد اندي (Rickard Indy) "عملية يقصد مصدر نوعي بواسطتها, إثارة استجابة نوعية لدى مستقبل

نوعي" (مصطفى حجازي:1982، ص. 18) أي أنه عملية مقصودة، هادفة وذات عناصر محددة.

أما لغويا فالإتصال كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية (أنظر "القاموس المحيط" أو "لسان العرب"، كلمة "وصل") وهي معاني شبيهة بالمعاني الإصطلاحية كما سنرى فيما يلي

يرى عالم الإجتماع "تشارلز كولي" بأن الإتصال يعني "ذلك الميكانزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمان... « (محمود عودة : 1988، ص. 7).

أما عالم الإجتماع "تشارلز ر. رايت" (Ch. R. Wright) فهو يرى بأن "الإتصال هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد" (نبيل عارف الجردي 1985، ص. 21). أما "بيرلسون و ستاينر" (Berelson , Steiner) فقد عرفا الإتصال بأنه "عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب, إما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك" (نبيل عارف الجردي: 1985، ص ص.21-22). و قد وصف "روجرز و كنكايد" (Rogers , Kincaid : 1981) الإتصال بأنه "العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا إلى فهم مشترك ..." (برنت روبن: 1991، ص.91).

أما الإتصال بالنسبة لـ "جورج لندبرج"، فهو نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيئ آخر يعمل كمنبه للسلوك... (محمد سيد محمد: 1986 ص. 29).

أما الباحث "كارل هوفلاند" فيرى بأن الإتصال هو العملية التي ينقل عمدا بمقتضاها المرسل منبهات لكي يعدل سلوك المستقبلين، وعلى عكس ذلك يرى "إدوارد سابير" بأن الإتصال يشمل الحالات التي لا يكون فيها نقلا متعمدا للمنبهات. و هناك من يرى مثل "ستيفنز" بأن الإتصال يشير أيضا إلى التفاعلات غير البشرية حينما يسمي في تعريفه المرسل أو المستجيب "أي كائن حي". وهناك من يوسع دائرة الإتصال إلى الكائنات غير الحية و منهم "نوبرت وينر" الذي يعرف الإتصال بشكل أوسع يتضمن التفاعل بين الآلات, فيقول بأن الإتصال بمعناه الواسع يتضمن كل الإجراءات التي يمكن بمقتضاها أن يؤثر عقل بشري على آخر, أو جهاز على جهاز آخر (يمكن لآلة أوتوماتيكية أن ترصد تحركات طائرة وتحسب مواقعها المحتملة, ثم تطلق صاروخها موجها لتفجيرها) (جيهان أحمد رشتي: 1978 ، ص ص.50 - 53).

وما دام قد حصرنا في البداية عملية الإتصال في الإطار الإجتماعي، فبإمكاننا أن نتبنى أي تعريف من التعاريف السابقة شريطة أن يحتوي على الأبعاد التالية: المعلومات, التفاعل, الإطار العام.

أما إذا وصفنا "الإتصال" بالجماهيري، فيصبح "يشير إلى مجموع العمليات التي من خلالها تستعمل جماعات من المختصين، وسائل

الإتصال لتعميم مضمون إعلامي أو رمزي. فهو يتميز باللجوء إلى وسائل إتصال مختلفة: صحافة، سينما، راديو، تلفزة، لافتة إشهارية، إلخ.، بسعة مجال النشر، الجهوي، الوطني وحتى الدولي، بعدم تجانس جمهورها" (Ch. Baylan, X. Minot: 1991, p. 167).

ويبقى في الأخير أن نشير إلى أن مشكل المصطلحات المشابهة لمفهوم الإتصال، ومنها الإعلام والمواصلات والتواصل والبلاغ ... قد حل تلقائيا مع مرور الزمن, حيث زال تدريجيا التشويش الذي كانت تحدثه الترجمات الأكاديمية والصحفية للكلمة الإنجليزية (Communication)في بداية الأمر ليستقر الإستعمال الآن على كلمة "اتصال". وذلك بالتوازي مع قيام علم الإتصال كعلم مستقل بذاته "يحاول -حسب آخر التعريفات له (شافي، برجر، Chaffee Berger 1986:)- أن يدرس إنتاج و معالجة و تأثير الرموز و أنظمة الإشارات عن طريق نظريات قابلة للتحليل, تحتوي على تعميمات شرعية تمكن من تفسير الظواهر المرتبطة بالإنتاج، المعالجة والتأثيرات".(Judith Lazar, 1992, p. 4.).

المبحث الثاني

تاريخ دراسة "الاتصال"

تاريخ دارسة الإتصال

من الضروري لدراسة وسائل الإتصال أن نتصور الطريقة التي تطور بها الإتصال عبر السنين، ولهذا فإننا سنعرض تباعا أهم نقاط هذه التطور معتمدين في ذلك أساسا على عرض "برنت روبن" في كتابه "الاتصال والسلوك الإنساني":

I- أهمية الإتصال منذ القديم :

من الصعوبة أن نقرر بالتحديد متى وكيف أصبح "علم الإتصال" عنصرا هاما في حياة الناس. ولكنه يمكننا الجزم بأن الأديان السماوية منذ العصور القديمة عملت على تدعيم أهمية الكلمة ومفعولها في دعواتها التوحيدية... ومن ثم فقد اعتمد أصحابها على الفصاحة والبلاغة في تقديم الحجج والقضايا لمدعويهم. ومن جهة أخرى فقد برز هذا التوجه بظهور التقاضي عند الأنبياء والرسل أو القضاة لإبلاغ الحجة وكسب الخصومة. وقد كثرت مثل هذه المرافعات في عهد الإغريق وفي أثينا بالذات.

. علم البلاغة والخطابة :

يعد "كوراكس" (Corax) أول من وضع نظرية في "علم الإتصال" في اليونان، وقد طور هذه النظرية من بعده تلميذه "تيسياس" (Tisias). وكانت نظريتهما تناقش أسلوب المرافعة في الحاكم، ذلك الأسلوب الذي كان يعد صناعة الإقناع، ويمكن تدريسه بوصفه فنا.

ويعد كل من أرسطو(385-322 ق.م.) و معلمه أفلاطون (-343 437 ق.م.) مؤسسي الدراسات القديمة لفن الإتصال. وقد توصل كل واحد منها إلى أن الإتصال فن أو صناعة يمكن تعليمها بالتمرين وأنه علم قائم بذاته.

هذا فيما يخص الفترة الكلاسيكية القديمة.أما في العصور الوسطى وعصر النهضة، فقد فقد "الإتصال" الإنسجام والإهتمام العلمي التطبيقي الذين كانا يميزانه ولكن لحسن الحظ اهتم المسلمون في فترة الفراغ الأوروبية هذه بعلم البلاغة ووظفوها في تعليم ونشر الدين الإسلامي أحسن توظيف.

بعد ذلك وأمام تراجع الحضارة الإسلامية، يلاحظ في هذا الميدان تبني الأوروبيين لعلم البلاغة تحت إشراف الكنيسة، وبنهاية القرن14 م. أصبح معظم نظرية الإتصال التي طورتها البلاغة تدرس في الدين المسيحي. وتجدر الإشارة هنا إلى أعمال "أوغاستين" (Augustin) الذي أعاد اكتشاف النظرية الإغريقية القديمة ووظف في

كتاباته "الاتصال" لشرح الإنجيل وبعض الأعمال الدينية الأخرى. ويكون بذلك قد وحد بين الجانبين العملي والنظري لدراسة "الإتصال".

وبنهاية القرن19 نظمت الدراسات في أغلب الكليات والجامعات في دوائر وأقسام تابعة عادة لدوائر اللغة الإنجليزية. وبحلول عام 1930 أصبح علم الخطابة مقررا دراسيا قائما بذاته.

هذا بالنسبة للاتصال الشفوي. أما فيما يخص مجال الإتصال الكتابي فسندرجه فيما يلي، تحت عنصر الصحافة بمعناها العام:

- الصحافة:

تعتبر الصحافة بمقدماتها المجال الثاني الذي ساهم لمدة طويلة في تراث دراسة الإتصال. فالصحافة وجدت كالبلاغة والخطابة، منذ آلاف السنين (تجمع معظم المصادر على أن العالم عرفها قبل الميلاد وفي روما بالذات عن طريق نشر أعمال مجلس التشريع وقبل أن المصريين القدماء أول من عرفها، 3700 سنة من قبل عندما سجلت الحوادث المهمة على قبر أحد الملوك المصريين، وبعد ذلك بسنين كان "يوليوس قيصر" يأمر بكتابة أحداث كل يوم في مكان عام ثم يتم توزيع عدة نسخ منها وبيعها وقد ترجع بدايتها إلى عصر الوصايا العشر المنزلة في ألواح على موسى عليه السلام).

وكانت "الصحافة" فيما بعد عبارة عن خليط من رسائل إخبارية وأشعار وبيانات وكراسات سياسية وكتيبات تصف حوادث مختلفة ثم

تطورت في أماكن عدة من العالم وبخطـوات نوعيـة مختلفـة. إلا أن مـا يعرف اليوم بالصحافة في شكلها الحديث فـيرجع تـاريخ صدورهـا إلـى منتصف القرن 17 (1631/5/30) مـع أول مطبوعـة منتظمـة عرفت بأوروبا تحت إسم (Gazette)... واستمرت في القرنين 17 و18 فـي نمو تدريجي إلى حد القرن 20 حيث ازدهرت وزاد انتشارهـا وتأثيرهـا بشكل بارز.

وعلى الرغم من أن تاريخ ممارسـة الصحافة يعود لسنين طويلـة خلت, فإن الدراسة المنظمة في هذا الميدان لـم تتقدم بسرعة إلا بعد عام 1900 (ففـي عـام 1905 قدمت جامعـة (Wisconsin) مـا يمكن اعتباره أول مقررات الصحافة).

2- التاريخ الحديث للإتصال:

أ – بداية القرن العشرين:

إن اكتشاف المذياع في العشرينيات والتلفاز في أوائل الأربعينيات أتاح تطبيقا أوسع لمفاهيم الإتصال. في الوقت نفسه كانت هذه الوسـائل بمثابة دفعة قوية لتطوير وجهة نظر موسعة لطبيعـة الإتصـال ومهدت الطريـق لظهـور مجـالات جديـدة للدراسـة، مثـل وسـائل الإتصـال الجماهيرية والإتصال الجماهيري.

لم يقتصر الإهتمام بالإتصال في هذه الفترة على البلاغة والخطابـة والصحافة، فقد سـاهم أيضـا فـي تقدم دراسته بعض الفلاسفة وعلمـاء

الأنثروبولوجياوالنفس والإجتماع واللسانيات, حيث كتبوا عن طبيعة الإتصال ودوره في حياة الفرد والمجتمع.

ب ـ أواخر الأربعينيات و الخمسينيات:

في أواخر الأربعينيات وبداية الخمسينيات اتسع مجال الاتصال اتساعا كبيرا، حيث بادر عدد من علماء الإجتماع والسلوكيين بتطوير نظريات للإتصال تجاوزت حدود مجالات تخصصاتهم, فشملت مواضيع مثل أسس الإتصال غير اللفظي من إشارات وغيرها, الإقناع والتأثير الإجتماعي, طبيعة الإتصال الجماهيري, السلوك الإنتخابي, إلخ.

وفي هذه الأعوام نفسها ساهم علماء اللغة والبلاغة في تقدم دراسات الإتصال ببحوثهم حول دور اللغة في النشاط الإنساني، حول الأداء الشفهي، الصوت، الإلقاء، المناظرة والمسرح.

لقد كان للتطور الهائل لوسائل الإتصال الجماهيرية (صحافة ,تلفزة, سينما...) أثر كبير في تحويل تركيز الدراسات على وسائل خاصة بعينها إلى اهتمام أعم بطبيعة وتأثير هذه الوسائل معا.

وبنهاية الخمسينيات ظهرت عدة كتابات مهدت لظهور وجهات نظر في الإتصال أكثر ترابطا وتكاملا، وفي هذه السنوات أسست "الجمعية الوطنية لدراسة الاتصال" (التي تسمى الآن "الرابطة الدولية للإتصال", وكان هدفها توحيد الدراسات في مجال الإتصالوذلك بدراسة

العلاقات بين البلاغة والخطابة والوسائل الجماهيرية ومهدت هذه التطورات للنمو السريع للإتصال ليكون علما مستقلا بذاته.

وكان من بين النقلات النوعية التي حدثت في هذه الفترة، ظهور دراسات تحليلية لعملية الإتصال (في شكل نماذج) ومن أشهرها نخص بالذكر تشخيص العالم السياسي "هارولد لاسويل" (H. Lasswell) عام 1948 والذي يتلخص في العبارة التالية: "من يقول، ماذا، لمن، بأي وسيلة وبأي أثر؟. ثم تلاه نموذج "شانون، ويفر" (Shannon & Weaver) عام 1949 ، نموذج "شرام" عام 1954، نموذج "وستلي، ماكلين" (Westley & Maclean) عام 1955 والنموذج العام للإتصال ل "جورج جربنر" (G. Gerbner) عام 1956.

جـ الستينيات:

ويعتبرها البعض سنوات التكامل لما بذل من مجهودات عملية كبيرة في إثراء مختلف المجالات التي لها علاقة بالإتصال. ومع ذلك فإن مصطلح الإتصال بقي على العموم مرتبطا بمفهوم البلاغة والخطابة في المراجع الأساسية.

أما أهم النماذج التي طورت خلال هذه العشرية فتمثلها نماذج كل من "بيرلو" (Berlo,1960) و"نيوكمب" (Newcomb, 1961)، و"دانس" (Dance, 1967)، و نموذج "واتزلاويك، بيفن و جاكسون" (Watzlawick, Beavin, Jackson) في نفس السنة.

د ـ السبعينيات و الثمانينات:

تعتبر بداية السبعينيات تعميقا للتوسع والتخصص الذين ظهرا في أواخر الستينيات حيث تجاوزت الدراسات المواضيع التقليدية لتقتحم مجالات جديدة مثل دراسة التفاعل غير اللفظي وعلم المعلومات ونظم الإتصال والإتصال العالمي والإتصال بين الحضارات والإتصال التعليمي والعلاجي والتنموي والحيواني ... كمجالات مستقلة بالدراسة .

ولعل أكبر دلالة على النمو والتشعب في دراسة الإتصال هي الزيادة الواضحة الملاحظة في نشر الكتب والدوريات والمجلات العلمية.وبانعكاس هذا التوسع والانتشار على مناهج الكليات والجامعات، أنشيء العديد من الدوائر في السبعينيات وغيرت بعض برامج الخطابة إلى برامج عن الإتصال الخطابي أو الاتصال. وحدث نفس الشيء في بعض دوائر الصحافة حيث غيرت مسمى الصحافة إلى الإتصال أوالإتصال الجماهيري .

واستمر هذا النمو في أواخر السبعينيات وأوائل الثمانينات بوتيرة منتظمة, مما سمح ببروز اهتمام كبير بتقنيات الإتصال وقد ساعد على ذلك التطور التقني والاختراعات الجديدة مثل الفيديو، الحاسب الآلي الشخصي، الحاسوب، وتقنيات الإتصال عن بعد... فأصبحت، منذئذ، طبيعة هذه التقنيات ومداها والسياسة الملائمة لاستعمالها محور اهتمام دارسي الإتصال. وقد تبقى كذلك في الربع الأخير من هذا القرن .

كما تجدر الإشارة في هاتين العشريتين إلى آخر النماذج الإتصالية حسب اطلاعنا وهو نموذج (روجرز, كنكيد Rogers & Kincaid) عام 1981 والمسمى بنموذج التلاقي للإتصال، و هو يركز على أهمية الوصول إلى فهم مشترك و كاف عن موضوع الإتصال عن طريق المعلومات المتبادلة بين المرسل والمستقبل.

أخيرا، وكما يتضح من هذا العرض الموجز لتاريخ دراسة الإتصال أنه خال من أية إشارة لموضوع الإتصال كعلم مستقل بذاته له مدارسه ونظرياته. وذلك راجع لأننا فضلنا معالجة هذا الموضوع على انفراد في المبحث الموالي.

المبحث الثالث

تاريخ البحث في "علم الاتصال"

تاريخ البحث في علم الاتصال

إن الاتصال بين الناس يمثل، منذ القدم، موضوعا مثيرا بالنسبة للمثقفين. ومع ذلك فإنه لم يصبح مادة للبحث بالنسبة للعلماء إلا منذ وقت قليل نسبيا.

وفيما يلي، نقدم ملخصا عاما لتاريخ البحث في علم الاتصال من خلال أهم المدارس والنظريات الخاصة به كعلم مستقل بذاته، وذلك حسب عرض <<جوديت لازار>> في كتاب <<علم الاتصال>>: (Judith Lazar : 1992, PP. 07 - 33).

بعد الحرب العالمية الثانية بدأت تظهر الرغبة في إنشاء علم اتصال مستقل، لكن المهتمين والباحثين في هذا المجال لم يتفقوا في ذلك ... وانقسموا رسميا إلى مدرستين كبيرتين للاتصال :

- <<المدرسة الامبريقية>>، بقيادة <<لازار سفيلد>>.
- و<<المدرسة النقدية>>، بقيادة قدماء مدرسة فرانكفورت، من أمثال <<هوركايمر، أدرونو، ماركوس وفروم>>.

وإذا كانت المدرسة الأولى تتميز على العموم بالمنهج الكمي، بالوظيفة وبالوضعية، فإن أتباع المدرسة الثانية يعطون الأولوية، في تحليلهم، للمحيط الإجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال...

تأثرت المدرسة النقدية منذ البداية بالفكر الماركسي حيث كان اتباعها

يركزون أساسا على المحيط الإجتماعي، السياسي والإقتصادي للبلد الذي تمت فيه عملية الاتصال. فكانوا يتساءلون دائما : <<من يتحكم في الاتصال؟>>، <<لماذا ؟>>، <<لفائدة من؟>>. هذا بالإضافة إلى رفضهم للجانب الإداري للمدرسة الامبريقية التي يعيبون عليها تركيزها على الاتصال وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي، وهو الأمر -حسب رأيهم -الذي يشوه حقيقة الاتصال.

من جهتهم، يدافع أتباع المدرسة الامبريقية عن الموضوعية ويرفضون البحث النظري المجرد الخالي من المعطيات الموضوعية.

التوجهات الحالية :

إذا كان مجال علم الاتصال يتميز في بدايته بالثنائية المذكورة أعلاه، فإنه بعد الستينيات، أصبح أكثر تنوعا :

- 1) إنقسم أتباع المدرسة النقدية إلى عدة اتجاهات، كل واحد منها اهتم بمؤشر واحد دون غيره من المؤشرات ولكن مع التركيز دائما على التغييرات والصراعات :

* فالبعض منهم (أصحاب المقاربة الاقتصادية السياسية) اهتم بدراسة العامل الاقتصادي، ومن ثم ركز مجهوداته على تحليل بنية أو نسق ملكية وسائل الاتصال وكيفية عملها. كما جعل الضبط الاجتماعي مركزا

لاهتماماته.

* أما المقاربة <<الشمولية>>، فهي شبيهة بسابقتها مع فرق وحيد يتمثل في كون أصحاب هذه الأخيرة يعطون الأولوية للعامل الأيديولوجي على حساب العامل الاقتصادي. فهم يهتمون بدراسة مظاهره المختلفة وآليات ديمومته.

* نفس الشيء بالنسبة <<للنظرية الثقافية>> و<<الامبريالية الثقافية>>، اللتين تعتبران سليلتي المدرسة النقدية أيضا. فالأولى، التي تكونت في جامعة <<برمنغام>>، تحاول أن تفسر معنى الثقافة الشعبية من خلال مجموع التجربة الثقافية، مطالبة بتحليل <<الكل>> بدلا من عزل مجال ثقافي بعينه. أما الثانية فإن باحثيها، وتحت اسم <<الامبريالية الثقافية>>، يتكلمون عن عملية زرع منتوجات الاتصال الجماهيري الغربية في البلدان النامية، معتبرين بأن القيم الموردة إلى هذه الأخيرة هي القيم الرأسمالية التي تلوث الطبيعة المحلية وتستعمرها، عن طريق الرسائل المبعوثة.

- 2) أما المدرسة الامبريقية، فبالرغم من محافظتها على مطالبها الرئيسة، فإنها تفرغت إلى مداخل مختلفة تبعا لتركيز اهتمام الباحثين على <<الآثار>>، <<الاستعمالات>> أو <<المحتوى>> :

* إن البحث حول <<إستعمال>> وسائل الاتصال، تحت عنوان << الاستعمال والرضا>> جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على <<ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟>> بدلا من <<ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟>>. وقد انتشر هذا التوجه في السبعينيات، حيث كثف الباحثون من مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور، محاولين وضع معاملات الارتباط بين طلبات ودوافع الجمهور، وبين تأثيرات وسائل الاتصال. أما في أيامنا هذه، فالباحثون يهتمون بالمشاركة الايجابية للجمهور في بناء معاني خاصة بالوسائل التي يستقبلها وذلك في إطار مقاربة <<نفسية - إجتماعية>> أو <<تفاعلية>> مع الديناميكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه هذا الجمهور.

* أما التوجه الثاني، الذي تفرع عن المدرسة الامبريقية، فيتمثل في الدراسات المنجزة في إطار تمديد وتعميق <<العلاقة البيشخصية>>. ونعني بها البحوث التي تجري حول <<نشر الابتكارات>>.

إن هذه المقاربة تنطلق فعلا من الدور الحاسم الذي يلعبه التأثير الشخصي في عملية النشر، و من ثم تحاول تحليل مجموع عملية الابتكار، حيث يركز الاهتمام على نشر الابتكارات على مراحل وعلى المعرفة الامبريقية للعوامل المساعدة على تبني الابتكار المدروس من طرف الاشخاص. لقد برهن الباحثون في هذا المجال على الأهمية الرئيسة للاتصال في عملية تبني الابتكارات.

* أما نظرية <<الثقافة>> فتربط بين محتوى الاتصال الجماهيري وتأثيراته المحتملة على الأفراد والمجتمع. فهي من منظور وظيفي تمكن من معالجة محتوى وتأثيرات وسائل الاتصال وخاصة منها التلفزة. إن أتباع هذه النظرية يعملون على البرهنة بأن للتلفزة تأثير في تكوين الرأي العام على المدى البعيد، وذلك بزرع (مثل المزارع الحقيقي في ميدان الفلاحة)، مواقف، أذواق واختيارات الجمهور ... وفي كلمة واحدة <<صورته>>. وهم يرون بأن العالم المقدم من طرف التلفزة هو عالم مخترع ووهمي لاتكاد تكون له أدنى علاقة بالحياة الحقيقية. وقد خصص هؤلاء الباحثون تحاليل واسعة للعنف، للتفرقة الجنسية وللأقليات، يبرهنون فيها على الفرق الشاسع الموجود بين عالم التلفزة والعالم الحقيقي.

* أما نظرية <<التبعية>> فهي مقاربة سوسيولوجية، تحاول أن تحدد تحت أي من الشروط يصبح فيها الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيرية. إن منظريها يبرزون العلاقة المتزايدة المتبادلة بين نظام الوسائل وأنظمة إجتماعية أخرى. إن هذا التفاعل يؤثر على محتوى وسائل الاتصال ومن خلالها على تبعية الجمهور لها. فكلما وفرت وسائل الاتصال خدمات مهمة - نشر الأخبار والتسلية - كلما كان الجمهور تابعا لها. ومن ثم، فهم يرون، بأن الأفراد الأكثر تبعية لهذه الوسائل هم الأكثر تعرضا لتأثيراتها في معتقداتهم وتصوراتهم عموما.

3-) هناك توجه ثالث يتميز كليا عن التوجهات السابقة، ويتمثل فيما يسمى <<بالحتمية التكنولوجية>>. إنها نظرية جديدة تقترح توجها لا يلتقي مع أي من المدرستين الكبيرتين المذكورتين أعلاه.

ترجع أصول هذه النظرية إلى أعمال <<هارولد إنيس>> و<<مارشال ماكلوهان>> (H.Innis & M. Mc Luhan) الذين أعطيا في أعمالهما دورا رئيسا للوسائل في عملية الاتصال بل وحتى في تنظيم المجتمع كله. لقد ركزا في تحليلهما على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة في كل مرحلة تاريخية معينة.

إن مساهمات <<ماكلوهان>> التي انتقدت بشدة عدة مرات أعيد لها الاعتبار وبجدية في السبعينيات. لقد كان يرى بأن المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة بإمكانها أن تدلنا على كيفية التفكير وكيفية تنظيم المعلومات. إن الأبحاث التي تهتم بإشكالية محو الأمية - وهو مجال الدراسة الذي أصبح خصبا ابتداء من السبعينيات - تتغذى جذورها من هذا التوجه. وفي الحقيقة فإن هذه المقاربة تتفرع إلى ثلاثة توجهات :

* يهتم أولها بالآثار المعرفية لمحو الأمية وعلاقة هذه العملية بالثقافة التي يعيش فيها الشخص المعرض لمحو الأمية، بحيث أنه لا يمكن تقويم عملية محو الأمية بعيدا عن الممارسات الإجتماعية الأخرى لأنها توجد خارج المحيط.

* أما التيار الثاني، فيركز على العلاقات التي تربط عملية محو الأمية بالسلطة، ومن ثم فهو يحاول أن يعرف ما إذا كان محو الأمية وسيلة لنشر السلطة أو وسيلة لاستغلالها؟ .

* أما التيار الثالث - والذي يعتني مباشرة بتعميق بحوث <<إنيس>> -فهو يدرس آثار محو الأمية وعلاقتها بنمط الاتصال المسيطر في كل عصر . إن هذا المنظور يعتبر الأكثر تعقيدا والأكثر بشارة في نفس الوقت بالنسبة لعلم الاتصال.

- 4) إن البحث حول الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في الرأي العام أخذ في السنوات الأخيرة حيزا كبيرا جدا من اهتمام الباحثين الغربيين. لكن أهم المقاربات الجديدة التي فرضت نفسها في هذا المجال، هي التي يطلق عليها اسم <<Setting agenda>> أو <<هيكلة المفكرة>>إن صح هذا التعبير. يرى أصحاب هذه النظرية بأن هناك علاقة بين النظام التمرتبي (Hièrarchique) للمعنى المعطى لنفس المشاكل من طرف الجمهور والسياسيين. فالوسائل تحدد إذن جدولة الأحداث وتمرتب المشاكل.

تقوم هذه النظرية في الأساس على فرضية مؤداها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال لا تكمن في القول للجمهور <<كيف يجب أن يفكر>> بل <<فيما يجب أن يفكر>>، فارضة اختيارات معينة ومحدودة، على اعتبار أن

كثرة الأحداث في عالم اليوم تقتضي ذلك.

- 5) مقاربة أخرى لها نفس الاهتمامات، أي تحليل دور وسائل الاتصال في الرأي العالم على مدى الطويل، تعرف باسم <<حلزون الصمت>>، قدمت صاحبتها <<نوال نيومان>> (Noelle Neumann) فرضية مؤداها أن أغلبية الأفراد، خوفا من أن يلفظوا وأن يصبحوا غير شعبيين، يحاولون تشخيص آراء الآخرين واتباع رأي الأغلبية. كما أن لوسائل الاتصال - حسب نيومان - دور بارز في هذه العملية لأنها تعتبر أهم المصادر المرجعية لإعلام الجمهور.

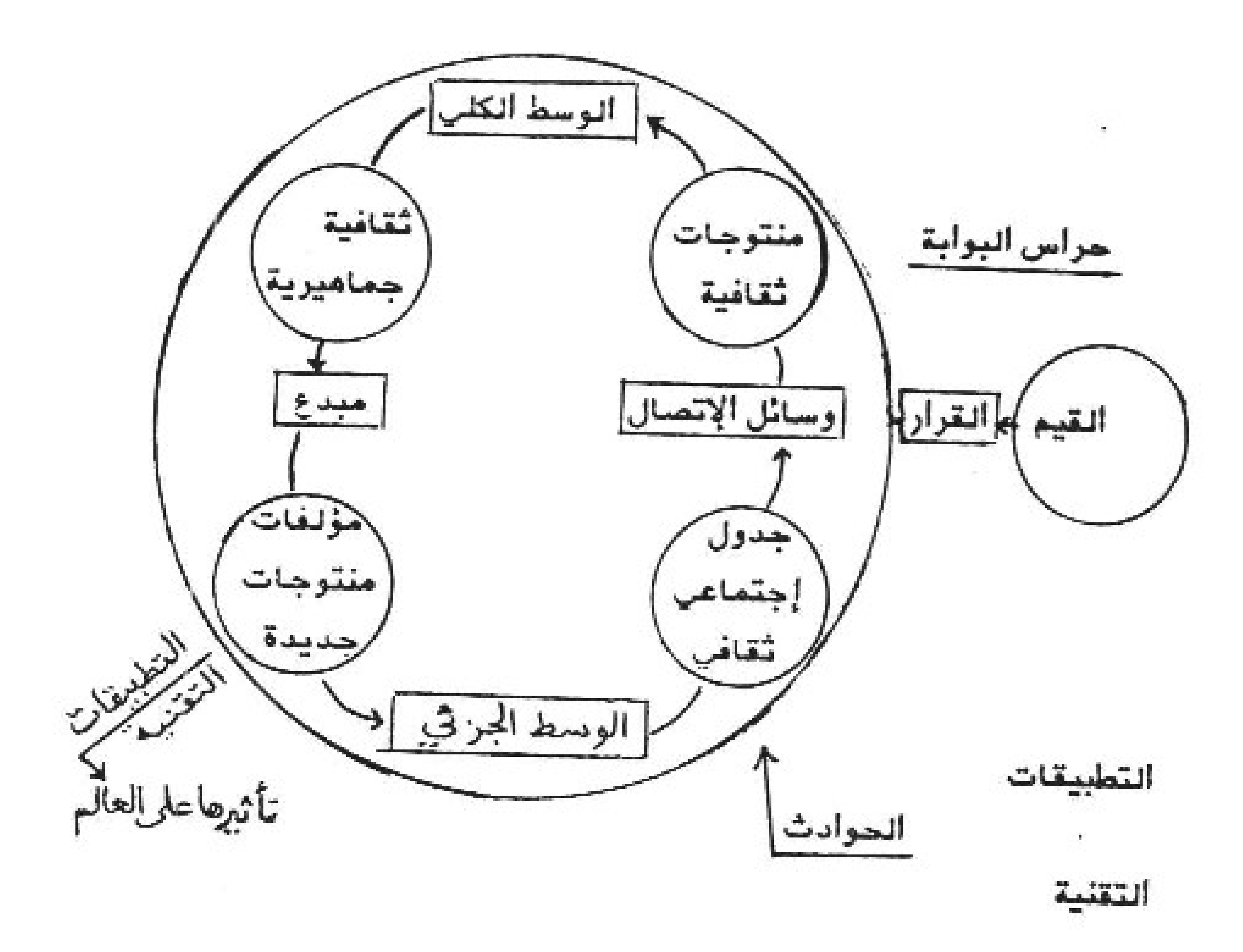
- 6) أما أفكار <<أ. مولس>> (A. Moles) فتعتبر طرحا متميزا آخرا يبعث على التفكير بطريقة جديدة في العلاقة بين وسائل الاتصال والمجتمع :

يرى صاحبها بأن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه هو <<بالثقافيات>> أو <<الفسيفساء الثقافية>> (Culturemes).

إن هذه الفسيفساء الثقافية، ما هي إلا عبارة عن الأفكار الجديدة الدائرة في رسم بياني، يتمثل محركها الأساسي في وسائل الاتصال (أنظر الرسم البياني المرفق). وبما أن هذا الرسم عبارة عن دائرة مغلقة، فأن نقطة البداية لا توجد أصلا أو هي في الحقيقة مرتبطة بوجود مبدعين : العالم، الأديب،

الفنان، إلخ. هؤلاء هم الذين يخترعون ويصنعون أفكارا جديدة تنقل لاحقا لمختلف الجماعات. إن هذه الأفكار الجديدة المعبر عنها <<بالثقافيات>> تشمل قائمة لا متناهية ... بدء بوصفة طبخ وانتهاء بأعقد الاكتشافات العلمية. ويمثل كل ذلك قاعدة الثقافة الجماهيرية.

إن لوسائل الاتصال - حسب مولس - (Moles) دور كبير تلعبه في الثقافة الحديثة، بل إنها تعتبر في الواقع الناقلات الحقيقية للإتصال والثقافة:



• الرسم البياني الخاص «بالفسيفساء الثقافية» ل «أ. مولس».

الفصل الثاني
وسائل الاتصال (مفهومها، تصنيفاتها ووظائفها)

تمهيد: عملية الاتصال

المبحث الأول : تعريف وسائل الاتصال، أهميتها و تطورها التاريخي:

أ - تعريف وسائل الاتصال

ب - أهمية وسائل الاتصال

جـ - التطور التاريخي لوسائل الاتصال

المبحث الثاني : تصنيفات وسائل الاتصال

المبحث الثالث : وظائف وسائل الاتصال



تمهيد: عملية الإتصال

قبل التطرق إلى موضوع وسائل الإتصال يجدر بنا التمهيد لذلك بالإشارة إلى عملية الإتصال ككل، والتي تعتبر وسائل الإتصال إحدى عناصرها.

لقد اختلفت النماذج التحليلية لعملية الإتصال تبعا للتراكم التاريخي المعرفي بحسب المنظور التخصص الذي عولجت من خلاله، ومع ذلك فالملاحظ من خلال تاريخ دراسة الإتصال أن عملية الإتصال شملت دائما المرسل والمراسالة والمستقبل. وهذا المنظور الثلاثي نجده متضمنا في نظريات ونمادج الإتصال كلها إلى درجة أن بعض المفكرين من أمثال "ت. كوهن T. Kuhn" أسموه "الأنمودج" أو الإطار المرجعي الموجه لتفكير العلماء من أرسطو إلى الآن أثناء تطويرهم لنظرياتهم ونمادجهم.

ولكن الملاحظ في الربع الأخير من هذا القرن هو تحول بؤرة الأهتمام والتركيز من المرسل والرسالة الى المستقبل، أي من منظور ذي اتجاه واحد الى إطار دائري أو حلزوني أو تبادلي، ومن نظرة خطية ثابتة الى طريقة دينامية شاملة، متعددة العناصر الأتجاهات. ومن أهم ما ورد في هذا المجال نموذج "روجرز و كنكايد E. M. Rogers,

"L. Kincaid عام1981 والمعروف بنموذج التلاقي للإتصال الذي يمكن تلخيصه في عملية تبادل متتابع للمعلومات بين فردين يهدفان إلى فهم مشترك للموضوع.

ولنعد الآن إلى العناصر التقليدية الأربعة للاتصال المصدر، الرسالة، القناة (الوسيلة) والمستقبل (التي اعتمدها على الخصوص نموذج "بيرلو: Berlo: 1960"، لنعرف بإختصار كل واحد منها :

- فالمرسل أو المصدر هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة، سواء كانت هذه الجهة فردا أو جماعة أو هيئة معنوية أو جهازا، الخ.

- والمستقبل هو من توجه إليه هذه الرسالة سواء كان فردا أو جماعة أو هيئة معنوية...

- والوسيلة هي ماتؤدي به الرسالة الإعلامية، سواء كانت هذه الوسيلة صحيفة، إذاعة، تلفازا، خطبة أو معرضا... وقد يطلق عليها اسم "القناة".

- والرسالة هي المضمون الذي تؤديه الوسيلة والمادة الإعلامية نفسها.

المبحث الأول

تعريف وسائل الاتصال، أهميتها و تطورها التاريخي:

أ - تعريف وسائل الاتصال

ب - أهمية وسائل الاتصال

جـ - التطور التاريخي لوسائل الاتصال

أ-تعريف وسائل الاتصال:

إن وسيلة الإتصال -كما أسلفنا في المبحث السابق- هي ما تؤدى به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل. ففي أية عملية اتصال، يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته، إما شفويا أو بواسطة الإتصال الجماهيري (سمعية، بصرية، سمعية-بصرية)، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست هي الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تتشخص في هيكل التواصل كله ... بمعنى، أن االجريدة مثلا بدون مطبعة وبدون موزع ليست وسيلة إتصال (محمد سيد محمد: 1986، ص 68).

ومن جهة أخرى، قد يكون لوسائل الإتصال معنى مزدوجا: عندما يشير إلى الطابع الوسيطي، المتوسطي أو الوكيلي لوسائل مثل التلفزة، الراديو، الصحافة، إلخ. كما قد يتخذ معنى المحيط، الوسط أو الجو العام الذي تندرج ضمنه الأخبار، الإعلانات، الخ.

إن وسائل الإتصال، بإعتبارها "وسائط"، ينطبق عليها وصف "م. ماكلوهان" لوسائل الإتصال بأنها: «إمتدادات للإنسان». ولكنها بإعتبارها "الوسط"، فإنها تتفق أكثر مع العبارة الشهيرة لـ "ماكلوهان": «الوسيلة هي الرسالة» (Leon. J. L.: 1989, p . 117).

ونحن نعتبر هنا، أنه يمكن الجمع بين المدلولين إذا اعتبرنا أن طبيعة الوسيلة هي جزء هام من الر سالة ولكنها ليست كل الرسالة. بمعنى أنه إذا

كان للرسالة ولخصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المستقبل، فإنه قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم في ذلك. وقد يصل الأمر إلى حد جعل لكل وسيلة رسالتها (فيما يتعلق بتأثيرها على المستقبل طبعا) وذلك بالرغم من الإنطلاق من نفس الفكرة ومن نفس المفهوم والهدف.

ب - أهمية وسائل الإتصال:

إن الوسيلة التي نحصل أو نتبادل عن طريقها المعلومات قد تؤثر في تفكير وسلوك الأفراد أكثر من بعض محتويات الرسالة نفسها... فالوسيلة ليست شيئا محايدا أو سلبيا، بل تؤثر تأثيرا متفاوتا لدى المعرضين لها. وبشكل عام، هناك طريقتان للنظر إلى وسائل الإتصال : من حيث أنها وسائل لنشر المعلومات والتعليم و الترفيه أو من حيث أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي في هذا المجال.

ففي الحالة الأولى يركز الاهتمام على مضمونها وطريقة استخدامها والهدف من ذلك الإستخدام. أما في الحالة الثانية فيهتم بتأثيرها كوسيلة بصرف النظر عن مضمونها. وضمن التوجه الأخير يعتبر بعض علماء الإتصال ومنهم "هارولد إنيس" و "مارشال ماكلوهان" أن لوسائل الإتصال دور أساسي في عملية الإتصال بل في تنظيم المجتمع كله. أما "لوناتشارسكي" السوفييتي، فقد اعتبرها بمثابة معيار الحضارة، ولهذا فقد أطلق على البريد والمطبوعات والراديو إسم "الجهاز العصبي للمجتمع"(Judith Lazar: 1992, p. 29) و(كوليانوسكي و آخرون : 1978، ص. 138).

و لكن أشهر من كتب عن أهمية وسائل الإتصال هو الباحث الامريكي الكندي الأصل (مارشال ماكلوهان: 1911-1979) صاحب العبارة المشهورة "الوسيلة هي الرسالة". وتقوم فكرته الرئيسة على أساس أن الوسيلة التى تنقل المضمون الإعلامي تؤثر في المستقبلين تأثيرا لاشعوريا يغير سلوكهم.

"والوسيلة هي الرسالة" تعني بالإضافة الى ذلك أن لكل وسيلة جمهورا من الناس يفوق حبه لها اهتمامه بمضمونها. لقد ركز اهتمامه "م. ماكلوهان" في دراساته على النظام الإتصالي المتبنى من طرف كل مجتمع لأنه يرى بأن الخصائص الأساسية للوسيلة المسيطرة في هذا النظام تدل على كيفية تفكير وتنظيم المعلومات بل المجتمع برمته. وهو يرى بأن التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة لها دور كبير في تطور المجتمعات (و لهذا يوصف منظوره هذا، المدعم خاصة من طرف أعمال "هارولد إنيس"، "بالحتمية التكنولوجية"). لذلك فهو يقسم تطور المجتمعات إعلاميا إلى ثلاثة أطوار:

في الطور الأول كان الاتصال يتم مباشرة من الفم الى الأذن (شفويا) مما دعم العلاقات الإجتماعية وتماسك المجتمع في وحدات قبلية مندمجة.

في الطور الثاني كان الاتصال سطريا، انتقل الإنسان فيه الى طور الطباعة، حيث حروف "جوتنبرغ" في تتابعها كقطع مجزأة، حرة وفي سطور متتالية جعلت الانسان يجنح الى الفردية والاستقلالية ويشعر بأهمية الانتماء القومي. وإذا كانت الحضارة من منظور "ماكلوهان"

تستقي سماتها من وسيلة الاتصال السائدة ، فإن عصر الطباعة هذا جعل الفكر الانساني يتخذ شكل التسلسل والتتابع مثل الكلمات والسطور المطبوعة.

في الطور الثالث المدعو بعصر "الدوائر الإلكترونية" فقد تمت العودة الى الاتصال الشفهي. وتمثل ذلك بشكل خاص في كل من الراديو والسينما والتلفاز والحضارة الآلية بعقولها الإلكترونية وأقمارها الصناعية. إن المعلومات التي تحويها تلك الوسائل معلومات مدروسة ومنظمة، وهي تمثل "تجمعات كلية" مثل الدوائر الكهربائية. ومن ثم كان أثرها هو النزوع إلى الإندماج وإلى الكلية وأن يعيش الانسان بكل حواسه. فبينما عمل المطبوع على "تفجير" أو تقسيم المجتمع الى فئات، تعمل وسائل الاتصال الالكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى للوحدة القبلية والاندماج الاجتماعي.

بناء على ماسبق، يرى "ماكلوهان" بأن وسائل الاتصال إمتدادات للبشر (وهو عنوان لكتاب نشر له في 1964)، لحواس الانسان ثم لأعصابه فالكاميرا إمتداد لحاسة العين والميكروفون إمتداد للأذن... ، وأن تأثيرها على الانسان يرجع الى كونها جزءا لا يتجزأ منه، يعتمد عليه بالضروروة لأدراك ما يجري حوله.

ولكننا على العموم رغم أهمية وسائل الاتصال نعتبر بأن هذه "الجبرية التكنولوجية، مبالغ فيها، وهي تفسير أحادي أعتبره البعض مجرد تعبير "غير علمي" عن الثقافة الامريكية المعاصرة وعن الآلية التي عاش "ماكلوهان" في ظلها ... ومن ثم لا يمكن تعميمه (من

الناحية التاريخية والجغرافية)، بل حتى تصديقه، على المجتمع الامريكي نفسه بهذه الدرجة. هذا بالإضافة إلى كونه لا يفسر اختلاف النظم الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية، بل لا يفسر حتى تاريخ الوسائل في تطورها وتداخلها وتشابهها... وقد أدرجناه تحت هذا البند لأبراز أهمية الوسائل فقط مذيلا بهذه التحفظات الأخيرة .

جـ - التطور التاريخي لوسائل الاتصال:

إن وسائل الاتصال وجدت بوجود هذا العالم و لكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدت انواع متفاوتة في الكم والكيف والنوع والمدى:

فقد كانت وسائل اتصال العصور القديمة طبولا ودخانا ونارا و خيلا... هذا، بالاضافة إلى الحفر على الأحجار والأشجار والألواح والأعمدة المنصوبة في المعابد أو الميادين العامة. و من جهة ثانية، كان التجار يحملون معهم في أسفارهم الأخبار كما كان المنادون ينشرونها و يعلون أوامر الحكام . و يمكن الاضافة في الأخير، إلى جميع هذه الوسائل المتقدمة، وسيلة هامة هي وسيلة الاتصال الشخصي.

وهذا يعني، أن وسائل الاتصال كانت كثيرة ومتنوعة في تلك العصور. ثم خضعت هذه الوسائل لأطوار متعددة حتى ظهور المطبعة (جونتبرج: 1436 م) التي كانت بحق تمثل الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث وسائل الاتصال طبعا. ذلك أنها أمدت العالم الحديث بوسائل إتصال جديدة ابتداء بالكتب والنشرات

ثم الصحف في نهاية الأمر و أصبحت بذلك الكلمة المقروءة هي وسيلة الاتصال الأولى.

ثم بدأت الثورة الاتصالية الثانية بظهور أداة جديدة من أدواتها ونعني بها وكلات الأنباء (أول وكالة أنباء "هافاس" ظهرت عام 1835) والتي أصبحت فيما بعد الممون الإخباري الأساسي للوسائل الأخرى. ثم حدثت الثورة الثالثة بظهور المخترعات السمعية البصرية الحديثة (سينما, راديو, تلفاز) وكان قمة الثورة في الاتصال ظهور الأقمار الصناعية في نهاية الخمسينيات (وخاصة بعد نقل الألعاب الأولمبية من طوكيو عام1964) تلتها اختراعات أخرى الفيديو عام 1964، لتمكن الجمهور من إعادة إشارات التلفزة. أما في مطلع السبعينيات فقد ولدت فكرة التلفاز بواسطة الكابلات آمالا جديدة (صور أوضح وبرامج أكثر).

وفي أواخر السبعينيات, ظهرت وسائل جديدة للإتصال تولدت عن الربط بين مختلف الوسائل من التلفزة والمعلوماتية والاتصالات قصيرة المدى ... ، كانت سابقا كلها تتطور تطورا منفصلا وفي منافسة إقصائية. وقد أدى هذا التوجه الجديد إلى تغيرات جذرية على جميع المستويات الانتاج، المعالجة والتوزيع (ومنه الربط بين الهاتف والكمبيوتر والتلفزة وهو الأمر الذي نتجت عنه إمكانيات جديدة للاتصالات الاجتماعية).

إن ما نسميه في الثمانينات بوسائل الاتصال الجديدة يتمثل أساسا في تطوير الأقمار الصناعية، الكوابل، الفاكس، الفيديوتكست،التلتكست،

الفيديوديسك ... هذا، ولأن هذه التكنولوجيا الجديدة التي تعتمد أساسا على الربط بين المعلوماتية والوسائل السمعية والبصرية تتيح إمكانات وتركيبات لا متناهية لا يعلم مداها إلا الله (كان آخرها: "الوسيلة المتعددة الخدمات" -Multimedia).

وفي الأخير نختتم هذا السرد التاريخي الموجز بجدول خاص بأهم الأحداث في عالم الإتصال الجماهيري معتمدين في ذلك أساسا على: "نبيل عارف الجردي"(1986، ص ص. 60- 61):

جدول تاريخي بأهم الأحداث في عالم الإتصال

السنة	الحدث
105م	– صنع الصينيون الورق والحبر
400م	– ظهور أقدم جريدة عالمية هي الجريدة الصينية "تشينغ باو" (توقفت عن الصدور عام 1934).
1436م	– تطوير الطباعة بالحروف المعدنية في أوروبا من قبل "جوتنبرغ" وآخرون
1539 م	– ظهور أول مطبعة في القسم الغربي من العالم في المكسيك.
1631 م	– صدور أول صحيفة دورية في أوروبا(Gazette)
1702 م	– صدور أول صحيفة يومية بالإنجليزية في لندن (Daily Current)

1731 م – صدور أول مجلة في شكلها الحديث بلندن (The Gentlemans Magazine)

1798 م – أول مطبعة "عربية" بمصر يستقدمها "نابليون"

1838 م – صدور "الوقائع المصرية" بمصر

1839 م – "داجيير" يطور عملية التصوير

1844 م – "مورس" يرسل أول برقية تلغرافية طريقة الرمز (و هي تحمل اسمه)

1847 م – صدور "المبشر" في الجزائر

1835 م – صنع الورق من لب الأشجار

1857 م – مد أول كابل عبر الأطلس

1858 م – صدور "حديقة الأخبار" في لبنان

1867 م – أول آلة كاتبة عملية(Type Writer)

1873 م – أول صحيفة مصورة

1876 م – "بل" يرسل رسالة هاتفية عبر السلك

1877 م – "إديسون" يخترع الفونوغراف

1894 م – أول آلة عرض سينمائية تعرض أفلام على الجمهور

1890 م – اخترع "ماركوني" الراديو (البرقية اللاسلكية).

1920 م – بداية الإذاعة المنتظمة "ديترويت" "بتسبرغ".

1923 م – الصورة المتلفزة ترسل من نيويورك الى فيلادلفيا.

1928 م – أول اذاعة تلفزيونية منتظمة " W.G.Y. "

الأمريكية وأول فيلم بالصور المتحركة ل "والت ديزني"

1934 م – بداية الاذاعة في الوطن العربي "مصر"

1954 م – بداية التلفزيون الملون بصفة منتظمة وعلى أساس تجاري

1957 م – أول قمر صناعي يطلقه الإتحاد السوفييتي

1962 م – أول استعمال لقمر صناعي (تلستار الأمريكي) لنقل إشارات تلفزية عبر الفضاء.

1980 ... – ظهرت اختراعات أخرى مثل "ألعاب الفيديو، الفيديوديسك، الحاسوب المنزلي وتقنيات الإتصال عن بعد، ثم الأجهزة المتعددة الخدمات تلفزة وهاتف وآلة تصوير وكمبيوتر في آن واحد (Multimedia).

المبحث الثاني

تصنيفات وسائل الاتصال

تصنيفات وسائل الإتصال

منذ القدم والانسان بحاجة إلى وسيلة تحيطه علما بالأخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له، وإلى وسيلة تساعده على تبادل الآراء والمعلومات ثم نشرها على نطاق واسع، وإلى وسيلة تقوم بحفظ ونقل التراث الفكري من جيل إلى جيل.

وقد كانت هذه المهام تؤدى قديما من طرف الأفراد, من عيون ومندوبين ومنادين وأعيان ورواة وشعراء ... ومع مرور الزمن أصبحت هذه المهام تؤديها أساسا وسائل الإتصال الجماهيرية المتطورة، التي أصبحت بفضل الثورة المعلوماتية في مجال الإتصال ... إعداد وإخراجا و توزيعا، تميز الربع الأخير من هذا القرن الذي أصبح ينسب إليها.

هذا وقد اختلف المختصون في تصنيف هذه الوسائل لتعدد مستويات واختلاف أغراض استخدامها بالإضافة الى المنظور التحليلي الذي يختلف من مدرسة الى أخرى. وعلى العموم يمكن تلخيص أهم التصنيفات فيما يلي:

1) يقسم بعض خبراء الإتصال والعلاقات العامة وسائل الإتصال إلى مجموعتين رئيستين المجموعة الأولى تمثل أدوات تضم الصحف والمجلات والنشرات والكتب والملصقات بأنواعها وتدعى

مجموعة الكلمات "المكتوبة" . أما المجموعة الثانية فتمثل مجموعة الكلمات "المنطوقة" مثل الراديو، التلفزة، المسرح والمحاضرة...

2) يميل فريق آخر من المختصين إلى تقسيم وسائل الإتصال إلى مجموعتين أيضا ون هذه المرة حسب درجة الأداء. تضم المجموعة الأولى وسائل الإتصال "سريعة الأداء" وهي التي لا تتيح فرصة طويلة لإمعان التفكير في الرسالة. وتضم هذه المجموعة الجرائد اليومية والملصقات والنشرات في السينما والراديو والتلفزة التي تتميز عادة برامجها الاخبارية بكثرة المواضيع،وقلة التحليل ، أما المجموعة الثانية فتضم كافة وسائل الإتصال "بطيئة الأداء" وهي التي تتيح للجمهور فرصة طويلة نسبيا لتصارع الأفكار وممارسة التحليل الكافي ولهذا تعتبر المجلات الشهرية والمسلسلات السمعية والسمعية البصرية والأحاديث المتتابعة في موضوع واحد ذات تأثير بطيئ الأداء.

3) ويذهب الفريق الثالث الى تقسيم وسائل الإتصال تبعا للعوامل التي تتأثر بها بصورة مباشرة (أي الحواس). فيقسمون هذه الوسائل الى وسائل سمعية، بصرية وسمعية بصرية راديو, صحيفة, تلفزة (أحمد كمال أحمد: 1967، ص ص. 89-90).

4) أما الفريق الرابع, و منهم "علي جريشة" (1990، ص.40)، فيذهب الى القول (معتمدا على التصنيف السابق) بأن الوسيلة قد تكون :

- وسائل مقروءة: كالصحف و المجلات و الكتب
- وسائل سمعية: كالإذاعة

- وسائل بصرية: كاللوحة الفنية.
- وسائل سمعية: بصرية كالمسرح والسينما والتلفزة.
- وسائل شخصية: كالمقابلة والمحادثة.

5) وهناك من يصنفها إلى وسائل قديمة أو تقليدية وأخرى حديثة. تشمل الأولى القصيدة الشعرية، الخطبة، الندوة ... وتشمل الثانية وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة من صحف وراديو وتلفزيون وكومبيوتر...

6) أما "مارشال ماكلوهان" فيصنفها إلى وسائل "باردة" مثل السينما والتلفزيون، وأخرى "ساخنة" مثل الصحافة والكتب والراديو ... والوسيلة الساخنة عنده هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس بل تركز على حاسة واحدة (السمع أو البصر) كما أنها تقدم المضمون الإعلامي "جاهزا" الى حدما مما يقلل احتياج الفرد للخيال. أما الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن بين الحواس وتحتاج لقدر كبير من الخيال... فالمحاضرة مثلا تسمح بمساهمة أقل من الندوة أو الملتقى أو الحوار أو الحديث .

ومن ثم فالفكرة الأساسية هي أن الوسيلة الساخنة "تبعد" والوسيلة الباردة "تقرب" أو "تستوعب"... أي أن الوسائل الساخنة درجة المساهمة فيها، أو إكمال الجمهور لما تقدمه له، ضئيلة أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه عالية. وعلى أية حال، فالغالبية العظمى من تكنولوجيا الترفيه المتوفرة لدينا منذ إدخال تكنولوجيا المطبوع كان ساخنا، مجزءا و يبعد كل شيئ آخر، ولكن في عصر

التلفزيون نلاحظ عودة القيم الباردة والإندماج المتعمق بسبب المساهمة الواسعة التي يقوم عليها.

إن هذا التصنيف يتماشى طبعا ووجهة نظر صاحبه في أهمية وسائل الإتصال وتأثيرها على المجتمعات.

ومن جهة أخرى فإن السينما والتلفزيون مثلا -حسب « ماكلوهان»- يعتبران دائما من الوسائل الساخنة في ذاتها والباردة في حد إعلامها، لأن المشاهد يحتاج إلى وقت أو جهد أكبر لإنتشال نفسه من الإستغراق فيها... وهذا يمثل، في رأينا، تحذيرا جديدا آخرا أمام خطورة إنتشار التلفزيون والسينما وكل وسائل الإتصال السمعية البصرية في عصر الإتصال ... إذا لم يتحكم فيها، وعلى عكس ذلك، نجد أن الصحيفة أو الوسيلة المطبوعة وسيلة باردة في ذاتها، ولكنها ساخنة في حد تعديها لجمهورها.

7) قام بعض المؤلفين ومنهم «مولس» (Moles, 1981) بتوسعة التصنيفات التقليدية إنطلاقا من مجال الإتصال، ففرقوا بين الأنواع التالية :

- الوسائل الذاتية (SelfMedia) : وهي التي تستعمل بشكل فردي.
- الوسائل الوسيطة (InterMedia): وتستعمل للوساطة بين قطبين.
- وسائل الإتصال القريب : وهو الذي يكون مباشرة في متناول حواس المستقبل.
- وسائل الإتصال البعيد : وهو الذي لا يمكن وصوله إلى المستقبل إلا عن طريق واسطة تقنية.
- الوسائل الباردة : تسمح بمشاركة ضئيلة للمستقبل.
- الوسائل الساخنة : تتميز بمشاركة قصوى للمستقبل، ويركز فيها على

فعل الإتصال أكثر من محتواه (M. de Moragas: 1985, p. 19).

8) وهناك تصنيفات حديثة أخرى لا يتسع هذا المجال لعرضها بشيء من التفصيل. وسنكتفي، فيما يلي، بذكر مؤشرات تصنيفها وتسمياتها المختلفة :

- تبعا لمضمون الرسائل الإتصالية : «وسائل إخبارية» و «وسائل مسلية».

- تبعا لتعميمات مفهوم "الأخبار الآنية": «الإعلام الطارئ أو العرضي» و«الإعلام غير العرضي».

- تبعا لبعض أنصار النظرية النقدية : هناك وسائل الإتصال «البديلة» ووسائل الإتصال «المسيطرة» ،و وسائل الإتصال «الجماهيرية» ووسائل الإتصال «الشعبية» (M. de Moragas: 1985, pp.12, 14) .

بعد هذا العرض الموجز، الذي ركزنا فيه عن قصد على تصنيف "ماكلوهان" لوسائل الاتصال، باعتباره أهم من قدر تأثيرها على الجمهور، تجدر الإشارة في الأخير إلى بعض الملاحظات المهمة:

-إن كل وسيلة من هذه الوسائل الإتصالية المصنفة أعلاه، يمكن أن تكون موضوع تخصص قائم بذاته له تاريخه وأسسه ومناهجه ومجالات بحثه.

-إن تصنيفها كان لأغراض تعليمية عملية فقط، إذ الملاحظ تداخلها وتكاملها "الزمكاني" والنوعي.

-إن الهدف من هذا العرض ليس هو مناقشة القيمة النظرية لمختلف التصنيفات في ضوء التحولات العميقة التي عرفتها وسائل الإتصال. حسبنا أن

نشير أولا إلى أن هذه التصنيفات نابعة من خلفيات معرفية وتوجهات نظرية متباينة ومصالح مادية ضخمة، وثانيا إلى أهمية هذا العمل التصنيفي في فهم الوظيفة الإجتماعية للوسائل وفي وضع سياسات الإتصال الرسمية أو «البديلة».

المبحث الثالث

وظائف وسائل الاتصال

وظائف وسائل الاتصال

إن أي نظام اجتماعي، مثل نظام الاتصال، يستعمل لأغراض محددة تستوجب التوضيح في مثل هذا المقام. فالاتصال كنشاط اجتماعي له عدة وظائف، قد سبق وأن أشرنا بإيجاز إلى أهمها من خلال تعريفنا له كمصطلح، ولكن تطور وتنوع وسائل الاتصال يتطلبان بعض التفصيل.

وعلى العموم،يمكن حصر وظائف الاتصال الجماهيرية المشتركة فيما يلي:

- تعتبر <<الوظيفة الاخبارية>> من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات (أنباء، معلومات، صور، آراء، تعليقات ...)، من أهم وظائف وسائل الاتصال. ويلاحظ ذكر الآراء والتعليقات ضمن الدور الإخباري، لأننا نرى بأن هذا الأخير هو في حد ذاته تعبير عن رأي ونقل رأي للتأثير على آراء ... فقد توزع وسائل الاتصال أخبارا خاطئة للتأثير على الرأي العام. كما أن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار (من تكرار، تجاهل، ترتيب، تنوع، تشويق، إثارة، تحويل الانتباه ....) تعتبر من أنجع السبل لتغيير الآراء وتوجيه الرأي العام.

- إذا كانت الوظيفة الاخبارية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال، إذ بواسطتها نتمكن، في أحسن الحالات، من تجديد معلوماتنا تباعا، فإن هذه

<<الحاجة>> للاستعلام ليست بالضرورة نفعية فقط، بل هي أيضا تلبية لرغبة في المشاركة واهتمام الجمهور بها. فوسائل الاتصال تعمل بحكم سعة وسرعة انتشارها، على توفير رصيد مشترك من المعلومات يزيد من فاعلية نشاط جمهورها ومشاركتها الاجتماعية، وذلك تبعا لطبيعة القيم الاجتماعية أو <<المادة الاجتماعية>> الموجهة إلى المرسل إليه.

ومن ثم يمكن القول بأن لوسائل الاتصال دور كبير في مجال <<التربية والتعليم والاصلاح الاجتماعي>> (محو الأمية، تعليم اللغة، التعليم الموازي والدائم، التربية الموازية...) . ونظرا لطبيعة هذا المجال الحساس الذي يرتبط أساسا بطبيعة الأنظمة الاجتماعية لكل حضارة، فإن طبيعة دور وسائل الاتصال فيه تخضع للنظام الاجتماعي السائد والذي يعمل في جميع الحالات على استعمالها في دعم الاتجاهات، تكييفها أو تغييرها عن طريق <<صناعة>> الرأي العام.

- تكملة لهذا الدور، تأتي <<وظيفة وسائل الاتصال التنموية>> في المجال الاقتصادي خاصة. ويتم ذلك أساسا من خلال الاعلانات والبرامج الارشادية والتوعية وكذا الوظيفة التسويقية. وعليه، تعمد جميع الدول، خاصة منها المتخلفة اقتصاديا، إلى تطوير نظمها الخاصة بالاتصال ووضع استراتيجات محددة لها للتحكم في اقتصادها وتنميته. فقد أصبح الاتصال عنصرا تنمويا بل قوة اقتصادية في حد ذاته عندما تحول إلى قطاع منتج تتوقف عليه

قطاعات تنموية أخرى.

فالدول النامية التي تهتم بنظام الاتصال والاعلام تعتمد على إمكانات وسائلهما في دعم فلسفتها الاقتصادية بتوعية الجمهور، إرشادا وتوضيحا وتفسيرا وتوجيها ... أما إذا أرادت الانتقال من نظام اقتصادي إلى آخر (من الاشتراكي إلى الرأسمالي، مثلا) فلا يتسنى لها ذلك بطريقة سلمية إلا بالاستعمال المناسب لوسائل الاتصال. وأما إذا أرادت الإندماج في السوق الدولية، فلا بد لها من الحصول على كم هائل يومي ومستمر من المعلومات الحيوية لاقتصادها ثم معالجته.

- لوسائل الاتصال الجماهرية وظيفة أخرى لا تقل أهمية عن سابقاتها، ألا وهي : <<وظيفة الترفيه والامتاع>>. وذلك لأن هذه الوظيفة تشارك الوظائف الأخرى في غايتها ... فهي وظيفة تثقيفية وتعليمية وتنموية، ولكن في قالب طريف، مستتر وغير مباشر، تستغل فيها ساعات <<الفراغ>>. وليس القول بأن صناعة الترفيه لا تنطوي على أية قيمة اجتماعية، ثقافية أو سياسية إلا مجرد خدعة وتضليل لتمرير <<الرسالة>> :

<< إن مفهوم الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل فكرته الأساسية في أنه لا يتصل، من بعيد أو قريب، بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من فراغ. والحقيقة أن هناك أيديولوجية مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر

الواقعي في تشكيل آراء الناس>> (هربت أ. شيللر :1986 ، ص. 105).

إن معظم الأفلام الخيالية والصور المتحركة، إن لم نقل كلها، وحتى نهاية الثمانينات، لعبت دورا بارزا في الصراع <<العربي الاسرائيلي>>. ومن أمثلة ذلك شخصيات <<داود وجالوت، تن تن، ميكي ماوس، طوم وجيري ،...>> التي تمثل لدى صانعيها لطافة وشجاعة وأمل وذكاء <<الصغير>> الذي يفوز دائما على خشونة وحماقة وظلم <<الكبير>> - في إشارة هادفة إلى قلة "اليهود" الفعالة المحاطة بثلة "العرب" الغثائية الضامرة -. كما عملت على غرس فكرة استضعاف اليهود وتشريدهم، وذلك عن طريق الأفلام الحربية والتاريخية والأشرطة الوثائقية. موازاة مع ذلك، عملت أثناء الحرب الباردة ضد المعسكر الاشتراكي، على ترويج الأمل، السعادة، النجاحات والقيم الفردية، بل الاعجاز الفردي في جميع وسائل الاتصال الجماهيرية. ومن الواضح، أن الضحية الحالية و المستقبلية لأفلام الخيال والكرتون ومجمل صناعة ما يسمى بـ"الترفيه"، على العموم، هو العالم الإسلامي وحضارته.

وإذا كانت السينما هي الوسيلة الأولى للترفيه الجماهيري الحديث، فإنه حاليا، لا تخلو أية وسيلة من وسائل الإتصال من برامج ترفيهية. وتسيطر على هذا المجال المهم دول الشمال التي استطاعت تطوير صناعة ترفيهية بأتم معنى الكلمة ... تستعملها لغزو دول الجنوب وتوجيه رأيها العام. وذلك تحت إشراف هيئات عليا مكلفة بالتوجيه الإعلامي.

وفي هذا الإطار، وكرد فعل على هذه التبعية الإعلامية من جهة،

والوضعية الإقتصادية والإجتماعية المتخلفة التي تعاني منها دول الجنوب من جهة أخرى، برزت إلى الوجود مبادرات وطنية ودولية تحاول أن تطرح قواعد تنظيمية جديدة لوسائل الإتصال وشبكاتها وترسم لها أطرا وأهدافا تتناسب ووضعيات ومشاكل هذه الدول. وحسب «د. ماك كايل» (Denis Mc Quail: 1985, pp. 116-198)، فقد شخصت الأنظمة الإتصالية الوطنية لبعض بلدان العالم الثالث هذا التوجه، الذي يمكن تلخيص خطوطه العريضة فيما يلي :

- إن وسائل الإتصال يجب أن تقبل وتؤدي مهام تنموية تتماشى مع السياسة الوطنية المتبعة.

-إن حرية وسائل الإتصال يجب أن تنتهي عند حدود الأولويات الإقتصادية وإحتياجات التنمية المجتمعية.

-يجب على هذه الوسائل أن تعطي الأولوية، فيما يخص الأخبار والإعلام، للعلاقات مع دول الجنوب القريبة جغرافيا، سياسيا أو ثقافيا.

- من أجل تحقيق التنمية، للدولة الحق في التدخل في نشاطات وسائل الإتصال أو تقييدها، وهو ما يبرر وسائل المراقبة، التمويلات والمراقبة المباشرة.

وبالطبع، فإن هذا لا يعني بأن جل الدول «السائرة في طريق النمو» تبنت هذا التوجه، بل إننا نجد في الكثير من هذه الدول بأن وسائل الإتصال تنشط تبعا لمبادئ نابعة من نظريات دول الشمال الأربع : الليبرالية، السلطوية، السوفييتية والمسؤولية الإجتماعية (أما النظرية "الديمقراطية- المشاركتية"،

فلم تثبت قواعدها بعد بدول الشمال حتى تقلد أو تكيف عندنا بالجنوب).

ومن جهة أخرى، تجدر الإشارة إلى أن هذا العرض، الذي أخذ بعين الإعتبار التراث المعرفي الخاص بتاريخ وسائل الإتصال وبنظرياتها الإجتماعية، أبتغي من ورائه تقديما مبسطا لخلاصة ماكتب في هذا المجال بطريقة إنتقائية وبدون تشخيص لمنطلقاتها النظرية أو لأصحابها، وإن كان توجهها العام يغلب عليه الطابع الوظيفي المحافظ الذي يركز على النظام والمراقبة مع لفتة تنموية خاصة بالعالم الثالث.

ولمزيد من التفصيل يمكن الرجوع إلى أعمال أول من صنف وظائف الإتصال : "هارولد لاسويل"(1848)، (رايت : 1980) الذي أضاف وظيفة الترفيه إلى تصنيف "لاسويل"، (ماك كورماك : 1980) الذي أبرز دور وسائل الإتصال في تعزيز شخصية الأقليات ونشاطها المكثف عند إشتداد الصراع الإجتماعي، وأخيرا (د. ماك كايل : 1985) وتصنيفه المتعدد المنظورات: وظائف وسائل الإتصال من منظور كل من المجتمع، المرسل، الجمهور وعمال هذه الوسائل (Denis Mc Quail, 1985 : 92-103).

وأخيرا، يمكن القول بأن هذا السرد الموجز لوظائف الإتصال غير شامل بقدر ما هو مركز. ومع ذلك، فهو يبقى خاضعا للتطور السريع الكمي والكيفي لوسائل الإتصال وكذا لطبيعة الأنظمة الإجتماعية والنظام الدولي السائد.

الفصل الثالث
أهم وسائل الاتصال التقليدية والحديثة

تمهيد

المبحث الأول : وسائل الاتصال التقليدية

المبحث الثاني : وسائل الاتصال الحديثة

المبحث الثالث : مقارنة بين أهم وسائل الاتصال

تمهيد

بعدما استعرضنا -فيما سبق- مفهوم وسائل الاتصال ووظائفها وتصنيفاتها، كان من الطبيعي أن نعرج في الفصل الموالي على أهم وسائل الاتصال التقليدية والحديثة. وجدير هنا أن يفرد كل واحد منها ببحث مستقل لأنها تمثل صلب الموضوع. ولكننا، كما سبقت الإشارة إلى ذلك، لن نأتي إلا على عينة منها، لأن وسائل الاتصال - كما هو معروف - أكثر من أن تحصى، فقد رافقت الانسان منذ فجر التاريخ، لأنها تعتبر ضرورة اجتماعية لابد منها ‹‹لاجتماعية›› الانسان نفسه. كما أن تعددها وتنوعها رافق تاريخ البشرية (حديث النفس، المناجاة، التخاطب، قرع الطبول، الدخان، الحمام الزاجل المخطوطات، الكتب، الراديو، التلفزة ...)، حيث استعان بها الانسان لقضاء حاجاته وتنفيذ مآربه الخيرة والشريرة، على حد سواء.

ولكن طبيعة ونوعية هذه الوسائل من جهة، وتطور الانسان وحاجاته من جهة أخرى، هما اللذان حددا وثيرة استعمال هذه الوسائل واستمراريتها أو استحداثها عبر تاريخ البشرية الطويل.

ولأنه لا يمكننا الإلمام بمعظمها، ارتأينا الاقتصار هنا على إفراد نماذج منها بشيء من التغطية المعرفية المركزة (تجدرالإشارة هما إلى أننا لم نأخذ بعين الاعتبار الاختلاف الواضح الموجود بين طبيعة ونمط هذه الوسائل، الأدوات، الأساليب، الطرق أو الوسائط عند تصنيفنا لها ضمن ‹‹الوسائل›› : فالحديث

المباشر غير الحمام الزاجل والمناظرة غير الراديو، إلخ.).

وسنعتمد في معالجتنا لها على التصنيف الخامس السالف الذكر وذلك لأسباب عملية. ومن ثم فستتحدث على التوالي عن وسائل الاتصال التقليدية (بإيجاز وفي العالم العربي خاصة) ثم الحديثة بشيء من التفصيل وبصفة أعم :

المبحث الأول
وسائل الاتصال التقليدية

- الشعر
- الخطبة
- المنادي
- البعثات والوفود
- المناظرة

وسائل الاتصال التقليدية :

وهي على العموم إما مقروءة أو مسموعة ومن أهمها : القصيدة الشعرية، الخطبة، المناظرة، المنادي، البعثات ... وقد اعتمدنا، أساسا، في تصنيفها في الموجز الموالي على كتب : عبد اللطيف حمزة (1978)، رؤوف شلبي (1982) وعلي جريشة (1990) ،.... :

أ - الشعر :

كانت القصيدة الشعرية من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها البشر وأهم وسيلة استعملها العرب قديما وبلغوا بها أعلى المراتب، لأن أداة تعبيرها (اللغة العربية) تمتاز <<بكثرة المترادفات ودقة التعبير وثراء الأسلوب والمشتقات. بالاضافة إلى ما تحمله من رنين وجرس يجعلها أطوع للشعر وموسيقاه>> (عبد القادر حاتم : 1985 ، ص.59). فلقد كانت، في العصر الجاهلي، الأداة الأساسية التي يعبر بها عن رأي القبيلة ويشيد بأفعالها. وكان أصحابها يختارون أنسب الأماكن لإلقائها، كالحج والمواسم والأسواق، التي يجتمع فيها العرب دوريا وبأعداد كبيرة. فلما جاء الاسلام كان لقصائد الشعراء المسلمين من أمثال <<حسان بن ثابت>> دورها في مناصرة الرسالة المحمدية. أما في عصر بني أمية، فلقد ظهر ما يسمى بالشعر السياسي، حيث اعتمد معظم

خلفاء بني أمية وفي الكثير من قضاياهم السياسية، على الخصوص، على الشعراء السياسيين من أمثال جرير والفرزدق والأخطل ...

أما في العصر العباسي، فقد ظهرت عصبية من نوع آخر تحت اسم «الشعوبية» حلت محل العصبية القبلية، حيث تحمس الشعراء الشعوبيون للأمم والأجناس التي ينتمون إليها. كما ظهرت في نفس الفترة عصبيات من نوع ثالث هي العصبيات المذهبية (سنة، شيعة، معتزلة، خوارج ...) وكان من شعرائها الكميت و دعبل الخزاعي، ديك الجن، الطرماح ...

أما في عهد الخلافة الفاطمية والسلطنة الأيوبية وعهد المماليك - وهي العهود التي شهدت الحروب الصليبية -، فكان للشعر المكان الأول في الإعلام والدعاية والحرب النفسية.

وبقيت للقصيدة الشعرية مكانتها ووظيفتها السياسية والاجتماعية والاعلامية والدعائية ليومنا هذا. فلقد كان لكل فترة شعراؤها ولكل حادث شاعر أو أكثر (حافظ إبراهيم في مصر، محمد العيد آل خليفة ومفدي زكريا في الجزائر إبان الاحتلال البريطاني والفرنسي، على سبيل المثال). أما بعد استقلال الدول العربية، فقد جند معظم الشعراء للدعاية للمشاريع الحكومية.

هذا ، أما عن أهمية دور القصيدة الشعرية، فقد تضاءل في مجتمعنا المعاصر الذي أصبح يخضع أكثر لوسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة.

ب - الخطبة :

إن الدور الذي لعبته الخطبة ببعديها الديني والسياسي في تاريخ العرب والمسلمين لا يقل في خطورته عن دور القصيدة الشعرية مالم يكن أكبر منه مع مرور الزمن. وأصبح للخطبة منذ ظهور الاسلام شأن كبير، حيث كانت وسيلة الاتصال الأولى التي اعتمد عليها خاتم الأنبياء - صلى الله عليه وسلم - في نشر دين الاسلام وشرح مبادئه ... وخاصة بعد استكمال أركان الدين وفرائضه، حيث أصبحت الخطابة من الشعائر الدينية (خطبتي الجمعة - كل أسبوع - والعيدين -كل سنة -).

وكان الامام علي - رضي الله عنه - أبلغ خطباء عهد الخلفاء الراشدين. أما في العهد الأموي، فقد برز خطباء فطاحل كان أشهرهم : زياد بن أبيه والحجاج بن يوسف الثقفي (في العراق). أما في العهد العباسي، فقد تراجعت الخطبة عن منزلتها لتفسح المجال للقصيدة والشعر ولكن ليس إلى حد الاقصاء، حيث عملت كل من القصيدة والخطبة كوسيلتي اتصال في تكامل وظيفي في معظم الأحيان.

أما في عصر الحروب الصليبية، فقد بلغت الخطبة الدينية السياسية أوجها في إثارة المشاعر والتوعية والحث على الجهاد، بحيث يلاحظ الانتشار المنتظم للخطباء في الجوامع الكبرى عند كل نفير عام للقتال لتحميس المسلمين وتهيئتهم للجهاد في سبيل الله.

وتسير بنا عجلة التاريخ إلى العصر الحديث، إلى عصر الثورات الشعبية التحررية التي قامت في معظم البلاد العربية، حيث كرس الدور الخطير للخطبة الدينية السياسية والذي لا يمكن الاستغناء عنه. كما أكدت فعالية الاتصال المباشر في العصر الحديث والأهمية المستمرة لهذه الوسيلة في معظم المجالات وخاصة منها الديني والسياسي.

جـ - المنادي :

كان النداء وسيلة لنشر الأخبار في العصور القديمة، واستمر استعمال هذه الوسيلة في بعض البلاد العربية إلي منتصف القرن العشرين، بالرغم من وجود الصحف والراديو وغيرهما من وسائل الاتصال. ولا تزال هذه الوسيلة منتشرة في بعض البلدان المتخلفة التي تنعدم فيها أو تكاد وسائل الاتصال الأخرى.

لقد كان يعهد إلى المنادي بإذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة وبعض الأخبار العسكرية. وكان على المنادي أن ينبئ عن وصول الحاكم الجديد للولاية أو مقر الحكم .

ومثل طريقة المنادي وجدنا طريقة أخرى للاتصال وهي طريقة المآذن (التي كانت تستعمل أصلا في الاسلام للنداء عن أوقات الصلاة أو لجمع المسلمين في المسجد لأمر هام)، والتي من أعلاها كان المؤذن ينشر خبر وفاة الأمراء

والقادة وكبار القوم والعلماء .... ويشيد بمناقبهم، وذلك بعد التسبيح والحمدلة ثم السلام على النبي. والأذان في اللغة هو الاعلام، وهو معروف في الاسلام حيث شرعه الله في السنة الأولى من الهجرة بعد اكتمال بناء مسجد المدينة.

أما أهم ما كان يقوم به المنادون - بالإضافة إلى ما سبق ذكره -، فالدعوة إلى النفير العام «التعبئة العامة» أو الدعوة للقتال إذا لزم الأمر ذلك. في هذه الحالة، يذيع المنادون (المؤذنون من أعلى المساجد) بعض الأحاديث النبوية الشريفة في موضوع الجهاد في سبيل الله.

د - البعثات والوفود :

وهي وسيلة إعلامية عرفت منذ القدم لنقل المعلومات والمعارف والتفاوض أيضا. وقد اشتهرت عندنا منذ ظهور الاسلام حيث اعتمد عليها خاتم الأنبياء - صلى الله عليه وسلم - اعتمدا كبيرا. ومن أول وأوضح الأمثلة عليها، بعثات رسولنا الكريم خارج الجزيرة إلى النجاشي ملك الحبشة (بنحو ثلاث سنين قبل الهجرة إلى المدينة) وإلى كسرى ملك الفرس. وقد كانت هذه البعثات النبوية حركة إعلامية فعالة وحاسمة بالنسبة للتاريخ الاسلامي ... اعتمدت كوسيلة لنشر الدعوة الاسلامية واختير لها كبار الصحابة.

ومن جهة أخرى، فسجل التاريخ الاسلامي حافل بالوفود التي جاءت إلى

النبي - صلى الله عليه وسلم - تسأل عن الاسلام وتبحث عن حقيقة الدين ثم رجعت بإعلام كاف عن حقائق الاسلام وتعاليمه. و<<الوفود الداخلية إلى الرسول - صلى الله عليع وسلم - أكثر من أن تحصى وخاصة بعد صلح الحديبية>> (محمد عجاج الخطيب : 1985 ، ص. 43).

ومن جهة ثالثة، عمد الرسول - صلى الله عليه وسلم -، خاصة بعد صلح الحديبية، إلى بعث <<مندوبين إعلاميين>>، دعاة أو معلمين ليقوموا بنفس المهمة. وكان أحسن مثال علي ذلك : مصعب بن عمير وانجازاته التعليمية في المدينة المنورة، والرسل الستة الذين حملوا في يوم واحد كتب النبي إلى الملوك والأمراء المجاورين له، مع العلم أنهم كانوا يتكلمون لغة القوم الذين بعثوا إليهم.

وقد استعملت فيما بعد الدول الأوروبية البعثات العلمية لنقل المعارف الاسلامية ثم البعثات التبشيرية الممهدة لـ"لاستدمار" الاستيطاني. تلتلها فيما بعد حركة عكسية من الجنوب إلى الشمال عن طريق البعثات الطلابية الرسمية والخاصة للتكوين وتعميق المعارف بالجامعات والمراكز الغربية.

هـ - المناظرة :

إذا كانت المناظرة هي الأسلوب الذي يميز الفلسفة عن غيرها من أصناف المعرفة، فإنها كذلك تميز الانتاج الفكري الاسلامي بحيث طبق منهجها في

مجالات المعرفة الاسلامية ... من فقه (باب الخلاف) ونحو (باب القياس) وأدب (باب النقائض) ومقارنة الأديان والمجال الدعوي عموما.

إن طريقة المناظرة الجدلية، إن لم تكن تفيد اليقين النظري، فهي تفيد اليقين العملي (واليقين العملي غالبا ما يكون أقوى على التوجيه وأقدر على التغيير من اليقين النظري)، لأنها - على حد تعبير الفلاسفة - تتضمن <<التبليغ والتدليل والتوجيه>> وهي عناصر ضرورية لأية وسيلة اتصال تريد أن تكون فعالة.

إن المناظرة كانت تشمل التناظر بالخطابة المتبادلة ومقابلة الحجج والرد على الاستفسارات. أما المتعاملون، فكان معظمهم علماء وفقهاء ورهبان ولا يزالوا كذلك .... وأحدث مثال على ذلك المناظرة التي تمت في أمريكا بين الشيخ أحمد ديدات والقس النصراني جيمي سواجرت، والتي تلتها مؤخرا مناظرة الشيخ أحمد ديدات والقس الأمريكي الفلسطيني الأصل : شورش.

وكما هو معروف، فإن أسلوب المناظرة بالغ الأثر في إيصال المعلومات والاقناع، وخاصة بعدما أصبحت المناظرة تجري أمام حشد كبير من الناس وتدون أو تصور لتعمم بواسطة وسائل اتصال أخرى على عدد أكبر من الناس.

المبحث الثاني
وسائل الاتصال الحديثة

- الصحافة (الجريدة والمجلة)
- الصحافة في الدول العربية
- وكالات الأنباء
- السينما
- الراديو
- التلفزيون
- الأقمار الصناعية
- اللافتة الإعلامية
- الحديث الجماهيري المباشر

وسائل الإتصال الحديثة

سنحاول استعراض أهم وسائل الاتصال الحديثة مع عدم تكرار الوسائل التقليدية التي مازالت تستعمل وبفعالية كبيرة إلى يومنا هذا. وفيما يلي أهمها: الصحافة، وكالة الأنباء، السينما، الإذاعة، التلفزة، الأقمار الصناعية، اللاقتة الإعلامية...

- الصحافة

وهي عادة ما تعرف بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها و يعلق عليها... ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة منها والخاصة.

أما فيما يخص استعمال كلمة الصحافة (بنوعيها: الجريدة والمجلة) في البلاد العربية، فقد تنوع في بداية الأمر، ليأخذ تسميات مثل: "الحوادث" أو "الفوائد" (في لبنان)، "القرطاس" (في مصر)، "رسائل خبرية" أو "ورقة خبرية" (في الجزائر)... ثم استقر الأمر في الأخير على كلمتي "صحيفة" و"مجلة": فالأولى (جريدة أو صحيفة) تشير إلى الدعم المادي الحامل للكلمات (الصفحة الورقية أو جرائد النخل)، وذلك علىغرار التعبير الإنجليزي (Newspaper) وبخلاف التعبير الفرنسي (Journal) الذي يشير إلى "اليومية" من حيث التوقيت الزمني للصدور؛ والثانية، أي "المجلة" (المقابلة للكلمة الفرنسية "Revue" والإنجليزية "Magazine")، فتشير إلى إبراز قيمة مضمونها (فالكلمة مشتقة من

"جلى" التي تعني "ظهر وعلى وسما") (E. Hanna Elias: 1993, pp. 23-24).

أما فيما يخص الصحف والمجلات، من حيث قراءتها، فقد أصبحت من أهم وسائل الإتصال التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمعات الحديثة، أين تعتبر من مقومات الحياة الفكرية.

والصحافة كوسيلة اتصال تقرأ لعدة أغراض، منها:

- الإطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على أحوال محيطها الإجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي.

- معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام أول بأول.

- لمجرد التسلية والإمتاع بما فيها من طرائف خبرية ونوادر أدبية وتسلية.

أما الحكومات والسلطات الرسمية في جميع بلدان العالم فهي تستعملها كسلاح قوي للدفاع عن أفكارها السياسية خاصة والتي تميزها عن غيرها.

وفي هذا الصدد يقول "خروتشوف" أحد زعماء الحزب الشيوعي السوفييتي سابقا، "الصحافة هي سلاحنا الفكري الايديولوجي الرئيس، ونحن نوجب عليها أن تنكل بخصوم الطبقة العاملة وأعداء العاملين جميعا في المجتمع الشيوعي. وهذا ما يقره "هارولد لاسكي" فيلسوف حزب العمال البريطاني، حينما يقول بأنه لا وجود لأي حكومة في العالم لا تعمل على توجيه الأنباء الوجهة التي تخدم مصالحها (عبد اللطيف حمزة: 1978، ص ص. 88-89).

ومن هنا ندرك أن أهم مشكلة تواجه الصحافة هو ما يسمى بحرية الصحافة ، إذ أنها و في بقعة من العالم تواجه ضغطات سياسية واقتصادية تجعلها تتعلق باللون الذي تمليه عليها، مراكز القرار الإقتصادي والسياسي.

ولذلك تتعرض الصحافة لارتجاجات عنيفة في مصداقتيها... وسنكتفي في هذا الصدد بذكر مثالين يفصل بينهما نصف قرن من الزمن، يدلان دلالة واضحة عن فقدان مصداقيتها.

إن نجاح الرئيس الامريكي "روزفلت" في الإنتخابات الرئاسية بين عامي 1932 - 1944 كان رغم أنف الصحف الامريكية التي جاهرت 80% منها بعدائها له، غير أنها كانت في ذلك غير معبرة عن اتجهات الشعب الامريكي الذي أصر على انتخاب "روزفالت".

نفس الشئ يمكن قوله عن نتائج أول انتخابات تشريعية حرة جرت في الجزائر في نهاية 1991 والتي أكدت فوز المعارضة رغم أنف معظم وسائل الاعلام.

ولكن هل معنى ذلك أن الصحافة لا تعتبر وسيلة اتصال و تأثير ناجحة في الرأي العام؟. كلا، ولكن الأمور في هذا المجال نسبية ومعقدة جدا بحيث أنها تخضع لمعطيات عديدة ومؤثرات إعلامية وثقافية واجتماعية ونفسية مختلفة يصعب التحكم فيها، بدليل وجود عدة أمثلة نتائجها معاكسة للمثالين السابقين.

ومن ثم تبقى الصحافة منبرا مهما للرأي العام ومن أقدر الوسائل على بلورته والتأثير فيه مع ملاحظة أنها وليدة زمانها، فمن الحقائق

التي نؤمن بها، تلك التي تقول بأن لكل مجتمع صحافته التي يستحقها وذلك قياسا على المبدإ الاسلامي العام "كما تكونوا يولى عليكم".

فالصحافة، على العموم، تبقى جزءا هاما في الجهاز السياسي لكل دولة، وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إذا أحسن استعمالها. فللصحافة أهميتها في توجيه الرأي العام رغم بعض هناتها، ولها هيبتها في جميع المجتمعات... تلك الهيبة التي عبر عنها نابليون بقوله "إنني أرهب صرير الأقلام أكثر مما أرهب دوي المدافع" (عبد اللطيف حمزة: 1978، ص ص. 91-92).

كما أنها، بالإضافة إلى هذه الهيبة، تمتاز بسعة الانتشار وكثرته. وخير مثال على ذلك ما يحدث في اليابان حيث توزع 114 جريدة مجتمعة 70 مليون نسخة يوميا (إن أشهر يومية "يوميوري" توزع لوحدها 14 مليون نسخة يوميا). أما المجلات التي يبلغ عددها 3000 عنوانا فتوزع أزيد من مليار نسخة. مع العلم أن سكان اليابان يبلغ حوالي 120 مليون نسمة) (يومية "الوطن"، الجزائر، 14/13 نوفمبر 1993).

أما على المستوى العالمي فقد وزعت عام 1975 ما يقارب 400 مليون نسخة و8000 جريدة. وقد تفوق الآن نصف مليار نسخة يوميا مع زيادة نسبية محسوسة في نصف الكرة الجنوبي.

وبالرغم مما للصحافة من هيبة وانتشار، فإن خبراء الإتصال لا يستطيعون الاعتماد عليها كلية لأن هناك الكثير من الناس لا يقرأون في الصحيفة إلا العناوين و بعض المقدمات الصغيرة أو الصفحة الرياضية

ومساحات التسلية الفكرية... أما عامة الناس فلا يقبلون أساسا على قراءتها. ولذلك يلجأ الخبراء ومستخدموهم إلى وسائل أخرى وخاصة إذا كان الجمهور المعني أميا أو شبه أمي... فوسائل الإتصال السمعية البصرية أنسب له.

هذا، أما في مجال الإتصال المطبوع، الذي هو محور هذا المبحث، فإن الوسيلة التي فرضت نفسها على المستثمرين والسياسيين والقراء على حد سواء، هي الجريدة اليومية.

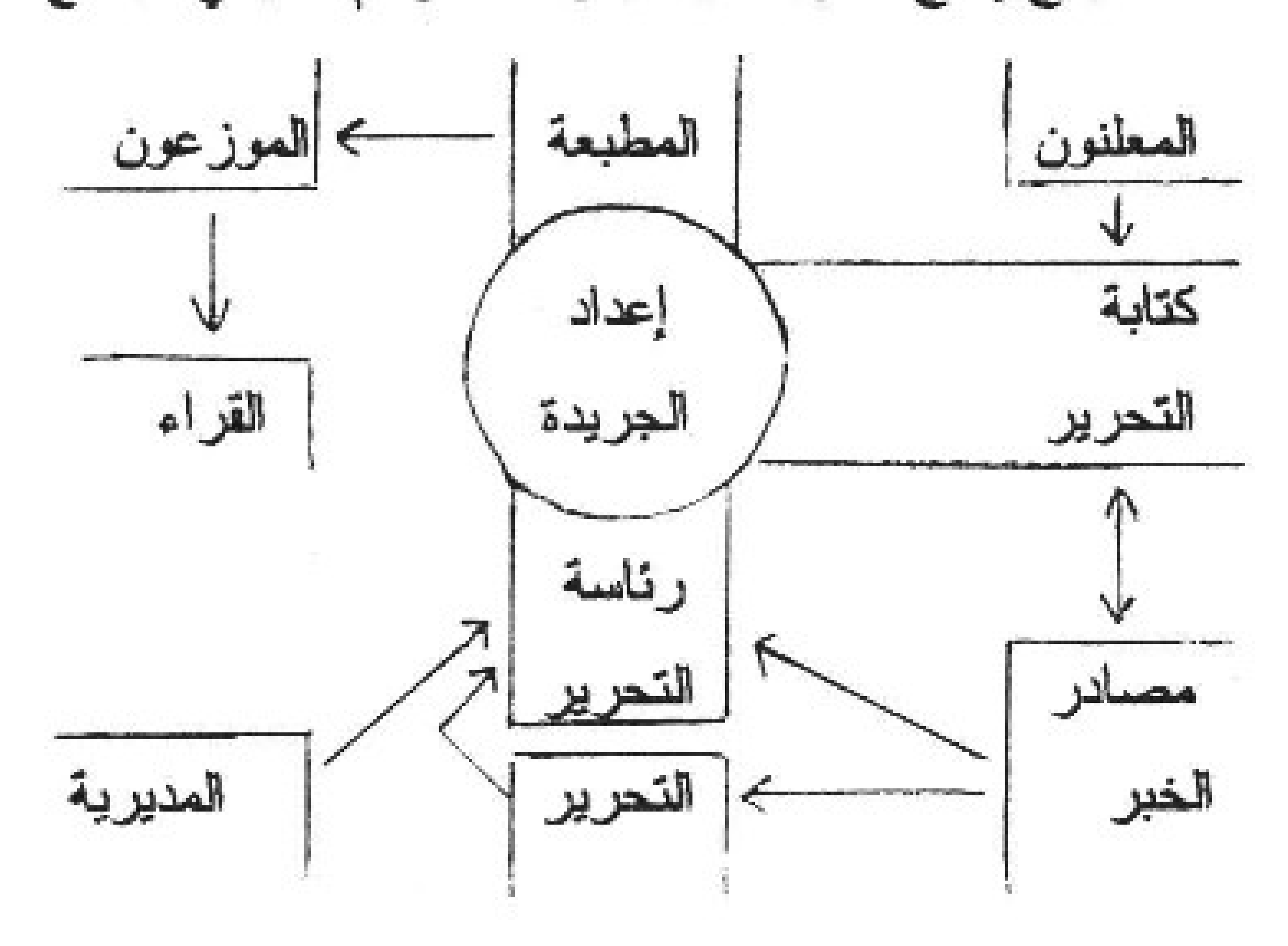
إن شبكة توزيعها سواء كانت مبنية على نظام المراسالات، الوكلاء، التوزيع المباشر أو الإشتراك هي أكثر كثافة وانتظام من غيرها من وسائل الإتصال المطبوعة، كالكتابة مثلا.

ولكن كيف تتم هيكلة إنتاج جريدة يومية هذه الايام؟

إنها عبارة عن عمل جماعي بوظائفه التوثيقية، الفنية والتحريرية، إلا أنه قد يفرض اختيار تعسفي على المستوى الإخباري حيث يلعب رئيس التحرير دور "حارس البوابة" (Gate-Keeper) متأثرا بالضغوطات الاقتصادية والسياسية لمدير الجريدة الذي يعبر بدوره عن آراء إحدى المجموعات الضاغطة داخل أو خارج السلطة، داخل أو خارج الوطن. ومع ذلك، فإن مادة التحرير هي في معظمها نتاج عمل جماعي لفريق متكامل ومتضامن. فالعناصر التي تأتي من خارج الجريدة، مثل برقيات وكالات الأنباء تعالج جماعيا. نفس الشيئ بالنسبة لنص الجريدة من رسائل القراء، إستجوبات، تحقيقات... إذ يلاحظ رد فعل (Feedback) دائم للقراء الفعليين نحو هيئة التحرير وليس نحو

الصحفي صاحب التقرير أو التحقيق... وفي بعض الأحيان قد يرتبط القراء بعنوان الجريدة بغض النظر عن عناصر طاقمها البشري.

أما أنموذج إنتاج الجريدة أو جهازها، فالرسم الموالي يوضح ذلك:



أما عن مادتها الإعلامية، "فالخبر" هو محورها الأساسي. مع العلم أن الصحف قديما كانت تعتمد أساسا على "المقال"، حيث يذكر أنه حين عرض مؤسس وكالة الأنباء "هافاس"، في منتصف القرن التاسع عشر على أصحابها آنذاك إمدادهم بالأخبار, قابلوه بالرفض التام لمدة سنة كاملة مفضلين "المقال" الذي كانت له السيادة آنذاك. ولكن ميل القرآء للأخبار أوقف هذه المقاطعة حيث كان على أصحاب الصحف للاستجابة لميولات القراء من أجل المحافظة على مقروئية صحفهم.

ومع مرور الزمن انقسمت الصحافة إلى نوعين نوع يعتمد أساسا على "المقال" ويدعى "صحافة الرأي" ونوع آخر يعتمد على "الخبر"

ويدعى "صحافة الخبر". مع العلم أن صحافة الرأي غالبا ما تكون "دورية" (أسبوعية، نصف شهرية، شهرية، فصلية...) و تتميز بالمقالات التحليلية العامة والمتخصصة، تاركة المجال الإخباري العام للصحافة اليومية.

تعتمد هذه الأخيرة بالإضافة إلى الخبر طبعا على التعليق والعمود والاستجابات والتحقيقات القصيرة والصور والرسوم الكاريكاتورية ... مع اعتماد مقال افتتاحي في الصفحة الأولى أو التي تليها، تتبنى فيه خطا سياسيا أو فكريا يميزها عن غيرها من الصحف، ويكون هو بمثابة الواجهة التي تعمل باقي محتوياتها على تدعيمه وتعميقه.

- المجلة

أما ما اصطلح على تسميته بالمجلة -Magazine- (الكلمة من أصل إنجليزي)، فقد كانت في بداياتها الأولى عبارة عن مجموعة مقالات متنوعة تخص الأدب والعلوم. ومع مرور الزمن أصبحت محتوياتها أكثر تنوعا، هذا بالإضافة طبعا إلى ميزتها الأصلية المتمثلة في كثرة استعمالها للصور الملونة، مما جعل المعلنون يعتبرونها أحسن حامل لإشهاراتهم و خاصة إذا علمنا أن كل عدد منها يتصفح عدة مرات ومن طرف عدة أشخاص.

لكن المجلات الكبرى عرفت في السنوات الأخيرة تراجعا كبيرا وشاملا في مقروئيتها نتيجة المنافسة الشديدة لليوميات الوطنية الشاملة ووسائل الاتصال السمعية البصرية، فعادت لمحنتها التي رافقتها في بداياتها الأولى حيث كانت تعاني من مشاكل التمويل والتوزيع والرقابة، لذلك لم يعمر الكثير منها طويلا. فكان حالها كذلك حتى بداية القرن الثامن عشر. ثم تغلب كثير منها على هذه المشكلات وعادت للظهور بانتظام مستفيدة من نظام الإعلان ومداخيله الكبيرة ابتداء من منتصف القرن التاسع عشر. فكان من أهم عوامل نجاحها آنذاك بالإضافة إلى موارد الاشهار، اعتمادها على التصوير المتطور وفن طباعة الألوان وطبيعة موضوعاتها المتخصصة ومنها المهتمة بالشخصيات السياسية والتاريخية والاجتماعية المشهورة.

والمجلات أنواع فمنها المجلات المتخصصة التي تركز على مجال محدود من الدراسة (اقتصاد، سياسة، رياضة، صحة...)، تماشيا مع روح العصر واهتمامات الإنسان المتزايدة في التعقيد والتخصص. ومنها المجلات العامة التي تهتم بنشر الثقافة العامة في شتى المجالات وهي أكثر رواجا وعلى رأسها المجلة الأمريكية (Readers Digest). ومنها المجلات المهنية التي تقتصر على بحث وعرض الموضوعات الخاصة بمختلف الحرف المهنية (الزراعة، الميكانيك، الخياطة...). ومنها المجلات المحلية والمجلات الدولية، الخ.

أما الفرق بين المجلة والجريدة فيكمن، كما سبق وأن أشرنا، في كون المجلة تعتمد أكثر على الصور وخاصة الملونة منها وكذا على كثرة المقالات والبحوث السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتحقيقات الصحفية. كما أن محرريها أكثر أناة وأعمق تفكير من محرري الجريدة لتمتعهم بهامش أو متسع زمني أكبر (أسبوع على الأقل) للإطلاع على ما تنشره الجرائد والاستماع إلى مختلف ردود الأفعال عبر وسائل الإتصال الأخرى قبل معالجة الأحداث معالجة متكاملة وشاملة في غالب الأوقات.

وقد تحدث "هرمان ديز" (Herman Diez) عن الفرق بين الصحيفة والمجلة فقال "إن كليهما يحتوي على أحداث الساعة، بيد أن الصحف تتبعها بانتظام وبتفصيل، فبينما يظهر المقال في الصحيفة تظهر في المجلة سلسلة من المقالات تهدف إلى شرح الأنباء بتعمق" (نبيل عارف الجردي: 1985، ص. 151).

الصحافة في الدول العربية

سنحاول فيما يلي إلقاء الضوء على وسائل الإتصال المكتوبة في الوطن العربي والتعرف على أبرز الرجال الأوائل الذين أشرفوا عليها وأنشأوها، وارتباط هذه الوسائل مباشرة أو من خلال المشرفين عليها بالدول المستعمرة قديما أو بدول الشمال عموما حديثا.

كما هو معروف ينتمي العالم العربي من المحيط إلى الخليج إلى الدول النامية التي وجدت نفسها بعد موجة الإستدمار الأوروبي، تعاني تخلفا شاملا في جميع مجالات حياتها السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية ومنها وسائل الإتصال المطبوعة و المسموعة والسمعة البصرية، حيث يلاحظ تدفق إعلامي كاسح باتجاه واحد من الشمال إلى الجنوب.

أما من الناحية التاريخية،فالملاحظة الأساسية التي يمكن إبداؤها هي أن الصحافة في معظم دول العالم العربي وليدة التواجد الإستدماري الذي عمل على التحكم في الرأي العام المحلي وتوجيهه لخدمة الأهداف الإستدمارية عن طريق إنشاء صحف و مجلات بأكثر من لغة. كما عمل على تكوين صحفيين محليين سلم لهم الشاهد بعد رحيله الإضطراري. وكان للمدارس المسيحية دور هام في هذا االتوجه : «إن أشهر هذه المدارس وأقدمها هي مدرسة "عين ورقة" التي أسست عام 1789 في معبد ماروني بجبل لبنان. هناك تكون الجيل الأول من الكتاب الصحفيين الذي سمح فيما بعد بانطلاق ملحمة الصحافة العربية» (E. Hanna Elias : 1993, P. 20).

وقد كانت بعض العناصر من الحركة القومية في البلاد العربية -وخاصة المسيحيين منهم- أول من تعامل مع المدرسة الإعلامية "الإستدمارية" وتمكن من إصدار الصحافة في هذه البلاد. ثم تمكن من إحكام سيطرته على وسائل الإعلام والإتصال بها، حيث كان معظم رواده الأوائل في المشرق العربي والمغرب الأقصى فريق من مشاهير الصحافيين اللبنانيين المسيحيين.

وقد تخرج معظم هؤلاء الرواد على يد المبشر الأمريكي المعروف الدكتور كورنيليوس الذي كان يتولى إدارة المطبعة الأمريكية التي جلبت إلى لبنان عام 1834. ومن مشاهير أرباب الصحافة العربية والمحررين الذي تتلمذوا على يد هذا المبشر الدكاترة: يعقوب صروف، فارس نمر، شبلي شميل، بشارة زلزل، إسكندر بارودي، نقولا نمر، خليل سعادة، فارس صهيون، لويس الخازن، والصيدلي مراد بارودي وجرجي زيدان.

وقام هؤلاء الصحفيون بإصدار الصحف والمجلات في بيروت والقاهرة والإسكندرية ومراكش... في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وما زالت بعض هذه الصحف تصدر إلى يومنا هذا، مثل الأهرام المصرية.

وتعتبر هذه الصحف والمجلات مدارس صحفية تخرج منها معظم الصحفيين في البلاد العربية فيما بعد، هذا بالإضافة إلى أنها أنجبت العديد من الصحف، والمجلات وسلاسل الكتب الدورية والكتيبات بعد أن تحولت إلى دور كبيرة للصحافة والنشر، كما حصل مثلا بالنسبة للأهرام والهلال في مصر(ضياء الدين أحمد: 1986، ص ص. 50-51).

وفيما يلي لمحة تاريخية عن أهم هذه الصحف والمجلات التي صدرت في تلك الفترة وعن غيرها من الصحف في بعض أقطار العالم العربي (مصر، لبنان، العراق، الجزائر)، وهي نماذج تمثيلية صالحة للتعميم في كبرى معطياتها وخطوطها العريضة :

أ - الصحافة في مصر:

عرفت مصر الصحافة مع حملة "نابليون بونابرت" سنة 1798 حيث أصدرت جريدتان بالفرنسية هما: "courrier de l'égypte" و la décade egyptienne" " وجريدة بالعربية (بعد إحضار آلة الطباعة العربية) هي جريدة "المنبه" وذلك في عام 1800. وبخروج نابليون من مصر عام 1801 توقفت هذه الصحف عن الصدور إلى غاية ظهور"محمد علي" الذي أنشأ عام 1821 " المطبعة الوطنية للبولاق" التي سلم إدارتها للمسيحي اللبناني " نقولا مسابكي" . وهي التي سمحت له بإصدر صحيفة " الوقائع المصرية" عام 1828. ثم تلت هذه الصحيفة عشر صحف أخرى باللغات التركية واليونانية والفرنسية ولكنها لم تعمر طويلا (الزبير سيف الإسلام : 1986،ص. 16 / (E. Hanna Elias 1993, pp. 14,16

وفي صيف 1876 أنشأ الأخوان سليم وبشارة تقلا إحدى أقدم الصحف العربية وأطولها عمرا، ألا وهي أسبوعية " الأهرام" (دعماها في نفس السنة بيومية " صدى الأهرام" قبل أن يحولاها إلى يومية عام 1881 . وكان ذلك بالأسكندرية ، قبل أن تنتقل إلى القاهرة عام 1898 .

والمعروف أن صاحبها سليم تقلا من أصل لبناني درس في مدرسة "بطرس البستاني" ثم في البطريركية التبشيرية في بيروت، وبعدها هاجر إلى

مصر، أما أخوه "بشارة" فقد تلقى علومه في مدرسة "عينطور" الفرنسية ثم صحبه إلى مصر ليشاركه في إصدار "الأهرام".

أما موزعوا الأهرام ووكلاؤها في مصر والبلاد العربية : فلسطين، لبنان، سوريا والعراق فكلهم نصارى ... (فقد وردت أسماؤهم وعناوينهم في العدد الأول ص. 4 وعددهم 24). إن هذا التوافق النصراني في بلاد ذات أغلبية مسلمة لا يمكن أن يكون وليد صدفة عابرة، وإنما هو مظهر من مظاهر المخطط الذي وضعه الأوروبيون آنذاك لأغراض إستدمارية وتبشيرية .ونفذه أنصارهم وحلفاؤهم في البلاد العربية (ضياء الدين أحمد: 1986 ص ص 54-52). أما الأقباط فقد أصدروا أول أسبوعية لهم عام 1877 تحت اسم "الوطن"، وذلك بعدما جلبوا مطبعة خاصة بهم من أوروبا (E.Hanna Elias: 1993 , p.34).

ومما دعم هذا التوجه في مصر استصدار أول قانون للمطبوعات في مصر على غرار القانون الفرنسي الخاص بالصحافة عام 1881. ولكن ذلك لم يمنع أمثال "جمال الدين الأفغاني ومحمد عبدو" من إصدار "العروة الوثقى" عام 1884 ولا "رشيد رضا" من إصدار "المنار " عام 1898.

وقد ظهرت في مصر عدة صحف أخرى : «روضة الأخبار، نزهة الأفكار، مصر، التجارة للسوري "أديب إسحاق"، أبونظارة – وهي أول جريدة كاريكاتورية في الشرق العربي أصدرها " يعقوب صنوع" عام 1877–، مرآة الشرق، البرهان، المؤيد، اللواء، الجزيرة"» (الزبير سيف الإسلام : 1986، ص 17)، كان أهمها :

المقطم : أصدرها عام 1889 في القاهرة كل من "يعقوب صروف، فارس نمر وشاهين ماكاريوس" وتولى إدارتها وتوجيه سياستها "فارس نمر" على خطة مناصرة الإحتلال البريطاني وبث الدعاية للإنجليز - كما صرح بذلك في افتتاحية عدده الأول - (E. Hanna Elias 1993 p 40). وذلك على عكس "الأهرام " التي تدافع عن المصالح الفرنسية في المنطقة. واستمرت هذه اليومية السياسية في الصدور حتى بعد الحرب العالمية الثانية عام 1952) .

المقتطف : وهي - كما تصف نفسها - "مجلة علمية أدبية، فنية، تربوية، تقدمية" صدرت في بيروت عام 1876 من طرف "يعقوب صروف وفارس نمر" الذين نقلاها فيما بعد (عام 1884) إلى القاهرة حيث استمرت في الصدور مثل سابقتها حتى عام 1952.

الهلال : وهي مجلة تاريخية ، أدبية، روائية شهرية، أصدرها في القاهرة جرجي زيدان عام 1892. وقد تولى الإشراف عليها بعد وفاته ولداه "شكري وأمين زيدان"، وهي لاتزال مستمرة حتى الآن.

و"جرجي زيدان"، نصراني لبناني معروف درس في "الكلية السورية" الإنجلية (التي تحولت فيما بعد إلى الجامعة الأمريكية في بيروت)، ثم سافر إلى اللقاهرة ليؤسس مجلة "الهلال" ثم "دار الهلال للطباعة والنشر" التي أصبحت فيما بعد من أكبر دور النشر في المشرق ولفترة طويلة. صدر عنها الكثير من الصحف والمجلات مثل : المصور (1924) ، الكواكب، حواء وكتيبات الهلال الشهيرة...

«كانت هذه الصحف دائبة على تعريف المذاهب الغربية في الفلسفة

والأدب وسائر ضروب الثقافة، ولا تكاد تشير إلى شئ من قديم الشرق وتراثه الفكري، وكانت تترجم لعظماء الرجال من الغربيين. ولا تكاد تجد فيها ترجمة لرجال من أبطال الإسلام أو الشرق أو مصر في تاريخها الحافل الطويل، كما كانت تعمل من طريق خفي على« إضعاف النعرة الدينية والوطنية بما تنشر من آراء تشكك في العقيدة» (ضياء الدين أحمد : 1986 ص ص 56-57 عن "محمد محمد حسين : الإتجاهات الوطنية في الأدب المعاصر، ج 1، ص ص 256-257).

ومن الصحف التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى : نذكر "السياسة" لحسنين هيكل (1922) ، الإستقلال، البلاغ (1923) وكوكب الشرق (1924) و الجهاد (1931)- المنتمية أو المتعاطفة مع حزب الوفد-، روز اليوسف، المصري،" أخبار اليوم" للأخوين مصطفى وعلي أمين (1946) ،الجمهورية... (الزبير سيف الإسلام : 1986 ، ص 17). وهي صحف تكيفت مع الوضع السياسي الجديد ولكنها كانت في معظمها سليلة سابقاتها مع بعض الإستثناءات التي حاولت أن تشق عباب الهيمنة الإعلامية النصرانية التغريبية.

ب - الصحافة في لبنان :

ظهرت الصحافة في لبنان في وقت مبكر مقارنة مع باقي الدول العربية، وقد لاحظنا أن معظم الصحف التي تأسست في مصر كان وراءها نصارى لبنانيون هاجروا إلى مصر بعد أن تخرجوا على يد المبشرين الفرنسيين

والأمريكيين ، كما أن أول صحيفة صدرت بمراكش بالمغرب الأقصى (عام 1889) كان مؤسسوها لبنانيون وهي صحيفة "المغرب" (الزبير سيف الإسلام : 1986 ، ص. 20)، وأن أول يومية معربة صدرت بالجزائر المستقلة شارك في تأطيرها لبنانيون.

ومن جهة أخرى، فقد ذكر (E. Hanna Elias: 1993, p.18) أنه من بين 47 عنوانا عربيا صدر حتى عام 1875، كان نصيب بيروت منها 20 عنوانا. كما ذكر "فيليب طرازي" في كتابه " تاريخ الصحافة العربية"، أنه صدر في لبنان حتى نهاية 1929 ما مجموعه 179 جريدة، كان كل مؤسسيها من نصارى بلاد الشام إلا عدد قليل منهم لا يتعدى أصابع اليد من غير النصارى.

صدرت أول صحيفة "حديقة الأخبار" فاتح عام 1858 لصاحبها "خليل الخوري" تبعتها صحيفة "نفير سوريا" لبطرس البستاني- خريج " عين وقة" - في أكتوبر 1860، ثم صحف "الإنجيل" (1863) "كوكب الصبح المنير " (1871) و "النشرة الأسبوعية" (1871) لأصحابها "المرسلون الأمريكيون"، كما أصدر سليم البستاني بالإشتراك مع أبيه بطرس، صحيفتي "الجنة" و"الجنينة" في منتصف 1870، والآباء اليسوعيون "البشير" عام 1780. أما "يعقوب صاروف و فارس نمر" فقد أصدرا عام 1891يومية "الأحوال". ثم تلتها "المقتطف، البرق، الحوادث..." لصحافيين آخرين من نفس الصنف. أما أول مجلة لبنانية فهي مجلة " أعمال الجمعية السورية" التي أصدرها عام 1852 "المرسلون الأمريكيون" ، وكان يديرها "بطرس البستاني و ناصف اليازجي "

- أستاذ خليل الخوري -. تلتها مجلة :النشرة الشهرية" التي أصدرها د. كرنيليوس فاندك عام 1866.

ويلاحظ على الصحف اللبنانية منشؤها وتوجهها المسيحي الطائفي المعادي للخلافة العثمانية خصوصا والفكر والحضارة الإسلاميين عموما. كما يلاحظ في هذه الفترة (نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين) أنه من بين أربع وعشرين صحيفة صدرت في لبنان، لا توجد سوى إثنتان مؤسسها مسلمان، وهما : "بيروت" لمحمد رشيد الدنا (1886) و"ثمرات الفنون" لعبد القادر قباني (1875). ولم يكن هذا الأمر صدفة بل نتيجة مخطط مسيحي تغريبي وضع لفرض وإحكام سيطرة الدول الغربية على مناطق نفوذها في العالم العربي الإسلامي، واستمر هذا الأمر داخل لبنان حتى بعد الحرب العالمية الأولى، حيث تابع مسيرة الخط التغريبي (الفرنسي/ الأمريكي) خَلَفٌ وفيٌّ لنفس مبادئ وتوجهات سلفه، ولاتزال "النهار"، مثلا، التي أسسها "جبران تويني" عام 1933 وتعهدها ولده "غسان" من أكبر الصحف اللبنانية وأوسعها إنتشارا، بل من أكبر دور النشر في لبنان. وكان من ثمرات هذا العمل المنظم السباق والمكثف أن تخرج عدد كبير من الصحفيين الذين توزعوا في البلاد العربية لإنشاء صحف تنهج نفس خط الصحافة التي تتلمذوا عليها (ضياء الدين أحمد : 1986 ، ص ص 59-61).

أما في الربع الآخير من هذا القرن، فقد أصبحت الساحة الصحفية في لبنان أكثر تنوعا ويغلب عليها الطابع الطائفي السائد في لبنان. لكن التوجه التغريبي لا يزال غالبا وخاصة في الصحافة التي هاجرت إلى أوروبا (باريس

ولندن) أثناء الحرب الأهلية (1975-1991)، وكذا صحافة المهجر التي نشأت هناك (مع ملاحظة أن جل الإعلام العربي في المهجر يشرف على تحريره لبنانيون من نفس الطراز، بينما يتراوح طاقمه البشري اللبناني - حسب E. Hanna Elias- بين 30 و 50 %) (E. Hanna Elias : 1993, p. 123).

جـ - الصحافة في العراق :

تعتبر العراق من الدول القلائل التي كانت تتوفر على مطابع قبل الإحتلال الأوروربي لمالكيها ونظرا لأهمية المطابع ومن خلالها الصحف في توجيه الرأي العام والدعاية لماليكها، فلم تكد تطأ أقدام المحتل الإنجليزي مدينة البصرة ربيع 1914 حتى قام بالإستيلاء على مطبعة الولاية وباقي المطابع البصرية، ثم بدأ بإصدار نشرات إخبارية باللغتين العربية والأنجليزية، تحولات فيما بعد إلى جريدة سياسية يومية تحت اسم " الأوقات البصرية" تصدر بأربع لغات (عربية، إنجليزية، فارسية، تركية) وبعد إحتلال بغداد أصدرت السلطات الإنجليزية بإقتراح من الأب انستاس الكرملي "جريدة العرب" عام 1917 كتمويه إسمي لخدمة نفس الأغراض الإستدمارية.

والجدير بالذكر أن هذا العمل الإعلامي، وكذا الإحتلال نفسه، كانت قد مهدت له طائفة من النصارى وعلى رأسها مدير المدرسة الكرملية في بغداد : الأب انستاس الكرملي، الذي اعتمدت عليه سلطات الإحتلال فيما بعد في تدعيم وجودها. وكان هذا القسيس أول المسيحيين الذين اقتحموا العمل الصحفي بإصداره ثم إشرافه على عدد من الصحف قبل وأثناء الإحتلال

البريطاني. وكانت أهم الصحف والمجلات التي بادر بإصدارها نصارى العراق هي التوالي :

- "الإيمان والعمل" (بغداد : 1905) وكانتا تبشيريتين طائفيتين أصدرهما الأب انستاس الكرملي.

- "إكليل الورد" (الموصل : 1905) وهي جريدة تبشيرية طائفية أصدرها الآباء الدومنيكان.

- "زهيرة بغداد" (بغداد: 1905) وهي مجلة من نفس النمط أصدرها الآباء الكرمليون.

- جريدة "صدى بابل" : وهي الجريدة التي أصدرها المعلم داود

- مجلة "لغة العرب" : أصدرها الأب انستاس الكرملي في بغداد عام 1911 .

أما الأغلبية المسلمة التي كانت السباقة في هذا المجال حيث تمكن "مدحت باشا" من إصدار أول جريدة عراقية : " الزوراء " عام 1869 باللغتين العربية والتركية، تلتها جريدة "الموصل" (1885) و "البصرة" (1895) و"بغداد" (1908) (الزبير سيف الإسلام : 1986، ص. 19 -و: E. Hanna Elias : 1993, p. 76) ، فإن نشاطها هذا لم يعمر طويلا وفسح المجال أمام العمل المنظم وطويل النفس للمسيحيين، ومن ورائهم قوى الإحتلال، الذين سيطروا فيما بعد وبدون منازع على الساحة الإعلامية في العراق. واستمر الوضع على هذه الحال حتى نهاية الإحتلال البريطاني (1930) وتوسعت السيطرة النصرانية على الإعلام المكتوب، فكانت الصحف التي صدرت أثناء

الإحتلال خاضعة للنصارى واستمرت في الصدور دون سواها من الصحف عشرات السنين، وكان من أهمها:

البلاد : وهي جريدة يومية أصدراها جبران ملكون رفائيل بطي عام 1929. وكانت من أرقى الصحف العراقية وأكثرها إنتشارا وتعميرا حيث استمرت في الصدور حتى الستينيات.

الأخبار : وهي يومية سياسية تفرد بإصدارها جبران ملكون في بغداد عام 1937، وكانت من الصحف الإخبارية المهمة أيضا. وعندما توفي صاحبها عام 1960 تولى رئاسة تحريرها جوزيف ملكون (ضياء الدين أحمد: 1986 ، ص ص. 62-64 ، نقلا عن "عناد الكبيسي" : الأدب في صحافة العراق منذ بداية القرن العشرين و "رفائيل" بطي: الصحافة في العراق و"عبد الرزاق الحسني" : تاريخ الصحافة العراقية).

ولم يأتي التخلص من الإحتلال الإنجليزي على السيطرة الإعلامية النصرانية في العراق، حيث عمل روادها و تلامذاتهم، عن طريق التنظيمات الجماهيرية والسياسية التي تغلغلوا فيها بقوة، على المحافظة على هذا المكسب بطرق بعضها ظاهر ومعظمها مقنع.

د - الصحافة في الجزائر:

تعتبر الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب. وكان ذلك على يد المحتل الفرنسي الذي حمل معه، على غرار ما فعل نابليون في مصر، مطبعة وهيئة التحرير تمكناه من إصدار الجر يدة تعمل على رفع

معنويات الغزات و دعم احتلالهم للجزائر.

فأصدر جريدة "بريد الجزائر" (L'Estafette d'Alger) باللغة الفرنسية صيف 1830 (العدد الأول في جوان 1830 في شاطئ سيدي فرج والعدد الثاني يوم دخول العاصمة الجزائرية : 05 جويلة 1830) ولكنها توقفت عن الصدور بعد العدد الثالث وبعد ما فتحت عهد الصحافة الإستدمارية في الجزائر.

بعد توقف هذه الجريدة عمدت سلطات الإحتلال في الجزائر إلى إصدارت أخرى في شكل منشورات ومعلقات وطنية وجهوية حتى مطلع 1832 حيث بادرت بإصدار أسبوعية "المرشد الجزائري" (Le Moniteur d'Algérie) بلغة عربية ركيكة وفي نطاق ضيق لا يتجاوز مقاطعة الجزائر العاصمة عملت خاصة على تشويش الرأي العام الجزائري في فترة المقاومة الوطنية الأولى. دعمتها عام 1839 جريدة غير حكومية هي جريدة "الأخبار" (إتخذت هذه الأخيرة عنوانا عربيا بأحرف فرنسية) و التي عرفت رواجا أكبر وعمرت حتى نهاية القرن. بعدها أصبحت تصدر باللغتين العربية والفرنسية بعدما اقتنعت بأهمية اللغة العربية في توجيه الرأي العام الجزائري. فدعمت بذلك صف الصحافة الحكومية التي تصدر بالعربية والتي كانت تقتصر على جريدة "المبشر" التي صدر عددها الأول بالعربية عام 1897 وذلك حتى نهاية القرن التاسع عشر.

أما أول صحيفة يصدرها جزائري فكانت "كوكب إفريقيا" عام 1907 تلتها صحف أخرى كان أبرزها صحف جمعية العلماء المسلمين الجزائرين

بقيادة الشيخ عبد الحميد بن باديس (المنتقد، الشهاب، البصائر...). وظل أمر الصحافة كذلك إلى أن اندلعت الثورة التحريرية عام 1954 وأصدرت قيادتها جريدة "المجاهد" عام 1956 في طبعتين بالعربية والفرنسية وكانت تصدر تارة في تونس وأخرى بالمغرب لتستقر بالجزائر بعد الإستقلال عام 1962.

عرفت الصحافة الجزائرية بعد الإستقلال (1962) نقلة نوعية لكنها لم تكن شاملة ولا جذرية نتيجة مخلفات الإستعمار الثقافي وبروز ثلة من المثقفين الإندماجيين الذين تسربوا إلى بعض مراكز القرار وإلى جل وسائل الإتصال المكتوبة والسمعية البصرية حيث تركوا بصماتهم واضحة في توجهها الأيديولوجي شكلا ومضمونا إلى يومنا هذا. ومن أهم هذه الوسائل، الصحافة التي لا زال معظمها يكتب باللغة الفرنسية ويحمل فكرا علمانيا متطرفا يخدم مصالح أقلية أيديولوجية بالغة النفوذ ومرتبطة بجماعات ضاغطة دولية. ولكن هذه الصورة، ولحسن الحظ لم تكن موحدة النمط وأحادية الإتجاه ولا تلك السيطرة الإعلامية مستمرة وشاملة، فلقد وجد من وقف في وجه هذا التيار المفقد للمناعة الذاتية وخاض الصراع الثقافي والمعركة الإعلامية في الجزائر من داخل أو خارج السلطة السياسية وترك بصماته في الساحة الإعلامية الجزائرية. ولايزال الصراع قائما إلى الآن في مد وجزر تبعا لنفوذ مراكز القرار في المجتمع الجزائري منذ الإستقلال.

ونظرا لنقص المعطيات في هذا المجال، فسنعتمد في استعراض التاريخ الموجز لصحافة الجزائر المستقلة على بعض المظاهر الخارجية المميزة للساحة

الإعلامية وخاصة على تطور النظام السياسي المرتبط إرتباطا وثيقا بها :

- المرحلة الأولى امتدت حتى صيف 1965 ، تاريخ الإنقلاب العسكري على الرئيس "بن بلا" وتميزت بتأميم اليوميات الفرنسية وظهور أسبوعية (La Révolution africaine) وخمس يوميات جزائرية باللغة الفرنسية هي : (En Nasr, Oran Républicain, Alger le soir, La République, Le Peuple)

بالإضافة إلى يومية الحزب الشيوعي الجزائري، سليل الحزب الشيوعي الفرنسي، ألا وهي : (Alger Républicain) التي استأنفت نشاطها في اليوم الأول من الإستقلال (وذلك على عكس صحافة جمعية العلماء المسلمين الجزائريين)، ويومية واحدة باللغة العربية (الشعب) ومجلة الجيش التي كانت تصدر باللغتين.

وكانت هذه اليوميات متشابهة المضمون ومتواضعة النوعية مما جعل سحبها كلها لا يتجاوز 60 ألف نسخة، من بينها من 10 إلى 15 ألف نسخة كانت من نصيب اليومية المعربة الوحيدة (عبد الرحمن عزي وآخرون : 1992 ص ص 128-130).

أما المرحلة الثانية فهي تمتد من 1956 إلى 1979 ، تاريخي وفاة الرئيس "بومدين" واستلام الرئيس "الشاذلي" السلطة. فقد عرفت ظهور أول لائحة خاصة بالإعلام وتوقف يومية الحزب الشيوعي و(Alger le Soir) وتحويل يومية (Le Peuple) إلى (El Moudjahid) . هذه الأخيرة التي أعطي لها دفعا كبيرا وأصبحت تسيطر على ساحة الإعلام المكتوب في الجزائر

(203 آلاف نسخة لوحدها مقابل 71 ألف نسخة لباقي الصحف عام 1978) وبقيت باقي يوميات المرحلة الأولى على حالها مع ظهور أسبوعية جديدة بالفرنسية (Algérie Actualité) في أكتوبر1965 . بالإضافة إلى ذلك، فقد تميزت هذه المرحلة بإقامة نظام اشتراكي للاعلام ووضع جميع الصحف تحت وصاية وزارة الاعلام وتركيز الإهتمام على الوسائل السمعية البصرية على حساب الإعلام المكتوب. كما عرفت نهاية هذه المرحلة التعريب التدريجي لكل من يومية "النصر" (إبتداء من 1972) و "الجمهورية" (إبتداء من 1976).

أما المرحلة الثالثة التي استمرت من 1979 إلى 1989 فقد تميزت بتوضيح الوضع القانوني للإعلام (قانون 1982) وظهور يوميتين مسائيتين عام 1985 ("المساء" بالعربية و"آفاق" بالفرنسية) مثلتا التحول المحتشم في المسار السياسي للبلاد الذي أراد إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية بدلا من الطابع السياسي ودعم هذا القطاع بتجهيزات عصرية وإمكانيات مادية، مما أدى إلى تنشيطه ونشوء نوع من التنافس بين اليوميات الصباحية والمسائية التي بدأت تفرض نفسها.

أما المرحلة الرابعة والتي امتدت من 1989 إلى 1991 فهي وإن كانت تتويجا منطقيا للمرحلة السابقة فإنها لم تكن لتظهر للوجود لولا أحداث أكتوبر 1988 الأليمة التي تعتبر منعطفا حاسما في تاريخ الجزائر السياسي وبالتالي في جميع الميادين الأخرى ومنها الإعلام المكتوب.

وكان من أثر هذه الأحداث دستور فبراير 1989 الذي سمح بتأسيس الجمعيات السياسية وبحرية الصحافة وتنويعها، فنشأت الصحف الخاصة

والحزبية والمتخصصة بل والساخرة أيضا. لكن هذا الإنفجار الإعلامي الحر الذي لم يسبق له مثيل في العالم العربي الإسلامي، لم يعمر طويلا حيث ظهرت بوادر كبحه مع بوادر الأزمة السياسية الخطيرة التي طفت على السطح صيف 1991 وتجدرت الشتاء الموالي. ومنذ ذلك الحين والشعب الجزائري بما فيه قطاع الإعلام المكتوب، يعاني من الآثار المدمرة لهذه الأزمة.

خاتمة :

لقد ارتبط ظهور الصحافة بالوطن العربي بالنشاط التنصيري الذي خطط له مسيحيوا أوروبا بالتعاون مع من هم على ملتهم من عرب المشرق: "مع اختراع المطبعة، اعتقد رجال الدين المسيحيون بأنهم وجدوا ضالتهم التي ستساعدهم على محاربة الاسلام أو إبعاد المسلمين عن دينهم ..." (E. Hanna Elias: 1993, p. 11).

ففي عام 1706 توجه البطريرك الأورثودوكسي " أثاناس دباس الثالث" الشامي إلى بوخاريست ليستقدم أول مطبعة عربية في المشرق العربي، فاتحا بذلك عهد الحملة التنصيرية المطبوعة. ثم تلاه الكاثوليكي السوري "عبد الله زاخر" الذي أسس عام 1733 مطبعة عربية أخرى بمعبد شوير، تلته الكنيسة الأورثودوكسية التي أقامت مطبعتها ببيروت عام 175 (E.Hanna Elias: 1993, p. 11).

كل ذلك، بالإضافة إلى النشاط المبكر للمدارس النصرانية بالشام وبوادر الغزو الأوروبي، جعل إصدارات الصحافة العربية :

ـ تنطلق تحت رعاية رجال الكنيسة بالتعاون أو تحت إشراف الدول

الغربية الغازية.

- إن مؤسسيها ومحرريها الأوائل من خريجي مدارس الإرساليات الغربية بالشام.

- تطرح الفكر الصليبي من جهة، والعلماني الغربي من جهة أخرى، وتبشر بفكرة القومية العربية وتحارب الخلافة العثمانية خصوصا ومقومات الحضارة العربية الإسلامية عموما.

- تساند الاحتلال أو الحكومات العميلة له وتشجع كل من يدور في فلكهما.

- تعتبر مدارس لمعظم الصحافيين العرب الذين ظهروا فيما بعد، كما أنها أثرت تأثيرا حاسما في تاريخ الصحافة العربية لأزيد من قرن من الزمن .

وفي الأخير يمكن إضافة الملاحظات التالية :

- إن هذه الإصدارات الصحفية عمرت طويلا ولا يزال بعضها ينشط حتى اليوم، وذلك بعدما تحول إلى دور كبرى لنشر والصحافة.

- إنه بعدما أوكل لأبرزها في البداية دور دعم انتشار الكنسية في الوطن العربي ثم مساندة هيمنة الإحتلال الأوروبي، إستعملت في الأخير -ولا زالت تستعمل - لدعم ومساندة الغزو الثقافي الغربي.

- إنها بعد الإستقلال، وبالرغم من تطورها الكمي والنوعي، فإنها لا زالت تعاني، في الجانب المتعلق بعلاقتها مع السلطة السياسية، بالتبعية لهذه الأخيرة (مع بعض الإستثناءات المؤقتة في كل من لبنان، الكويت

والجزائر).

- إنه بعدما كانت إنطلاقتها "شامية" (سوريا، لبنان، فلسطين) واستواؤها لبناني-مصري، فإن مركز ثقلها تحول الآن نحو الجزيرة العربية ولكن مع إعتمادها دائما على الطاقم البشري الشامي.

- تبقى الصحافة العربية، على العموم، ضعيفة كفا وكما ... فقد بلغ توزيع اليوميات في العالم العربي ستة ملايين (سنة 1984)، بينما بلغ توزيعها في العالم المصنع وفي نفس السنة 319 مليون نسخة، أي بنسبة 53/1. ومما زاد الطين بلة أن انتشار وتوزيع هذه اليوميات مقصور عى التجمعات الحضرية الكبرى وعلى نخبة من المثقفين (المجلة الجزائرية للإتصال: 1992، ص. 42). وذلك راجع لضعف الهياكل القاعدية وشبكات التوزيع وندرة الإعلام الجهوي و/أو فشله (أنظر تجربة الجزائر : 1985 - 1994) وإرتفاع نسبة الأمية التي وصلت 56% (المجلة الجزائرية للإتصال : 1992، ص. 41).

وكالات الأنباء

إن تطور الصحافة وخاصة في بداية القرن التاسع عشر أظهر أهمية تكنولوجيا الطباعة والتوزيع وخاصة الأخبار التي أصبحت فيما بعد عماد المضمون الصحفي. ونظرا لأهمية الأخبار وتعقد عملية جمع ونقل وتوزيع الأخبار ظهرت الحاجة إلى وكالات متخصصة. فكانت وكالات الأنباء التي اتخذت اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف.

وترجع بداية تاريخ وكالات الأنباء إلى نهاية عشرينيات القرن التاسع عشر حيث بدأ الفرنسي المجرى الأصل -هافاس- بالتفكير في استغلال مجال جمع ونقل الأخبار الذي توقع له مستقبلا زاهرا... وانتهى عام 1835 إلى إنشاء أول وكالة أنباء سميت باسمه. وكان ذلك إنطلاقا من مكتب لجمع الأنباء بباريس ومراسلين بمعظم العواصم الأرووبية. وكان "شارل لويس هافاس" يعتمد في جمع الأخبار، بالإضافة إلى المراسلين الخاصين، على البريد والحمام الزاجل ثم التلغراف بعد 1837 (تاريخ إختراعه). أما فيما يخص المشتركين الأوائل في وكالته فقد اقتصروا في بداية الأمر على رجال السلك الديبلوماسي وكبار التجار ورجال المال والأعمال، لأن الصحافة التي كانت آنذاك تعتمد على المقال قاطعت أخبار هذه الوكالة. ولكن ميل القراء إلى الأخبار أوقف هذه المقاطعة بعد سنة واحدة فقط، فظهرت الصحف الشعبية التي اتخذت وكالات الأنباء مصدرا رئيسيا لها وتوسع انتشارها بفضلها (عبد اللطيف حمزة: 1978 ص ص. 93-94 و رولان كايرول: 1984، ص ص.

.(103,102

وكانت وكالة هافاس للأنباء نقطة انطلاق لأكبر وكالتين أوروبيتين البريطانية والألمانية اللتين أنشئتا من طرف متربصين كونهما هافاس ألا وهما: "برناد وولف" الذي أسس وكالة الأنباء الألمانية بمكتب له بألمانيا عام 1849، و"جوليوس رويتر"، الذي أنشأ وكالة رويتر للأنباء بلندن عام 1851، أين أصبحت الممون الرئيسي للجزر البريطانية وأكبر شبكة تلغرافية أوروبية آنذاك. واستحوذت "هافاس" على تغطية فرنسا، جنوب أوروبا، أمريكا الجنوبية والمستعمرات الفرنسية، واحتكرت "رويتر" الجزر البريطانية وهولندا وأمريكا الشمالية والشرق الأقصى ومناطق الإنتداب البريطاني، أما وكالة "وولف" فقد إحتفظت بتغطية ألمانيا، النمسا، المجر واسكندنافيا. وشكلت هذه الوكالات الأوروبية الثلاث قوة إعلامية إحتكارية رائدة حتى أوائل القرن الموالي، تاريخ تدخل الوكالات الأمريكية... دخلت هذه الأخيرة المنافسة عام 1857 حيث أنشئت وكالة "نيويورك أسوسياتيد بريس" (N.A.P.) والتي تحولت عام 1892 إلى الشركة الصحفية (A.P.) . تلتها عام 1907 وكالة الإتحاد الصحفي (U.P.) ووكالة مصلحة الأخبار العالمية (I.N.S.) عام 1909، ثم اندمجت الوكالتان عام 1958 تحت اسم "الإتحاد الصحفي العالمي" .(U.P.I.)

أما الإتحاد السوفييتي سابقا فقد حول وكالة التلغراف الروسية التي أنشئت عام 1918 إلى وكالة "تاس" (TASS) السوفيتية الشهيرة عام 1925 . وتعتبر الوكالتان الأمريكيتان (A.P.) (U.P.I.) والبريطانية

(REUTER) ووكالة الأنباء الفرنسية (.A.F.P) (سليلة "هافاس" إبتداء من 1944)، تعتبر هذه الوكالات الخمس أكبر الوكالات الدولية (عبد اللطيف حمزة: 1978، ص ص. 99,94 ، و رولان كايرول: 1984 ص ص 103-105 وأيضا F. Terrou: 1974 . P 78).

ونظرا لأهمية هذه الوكالات الدولية ودورها الخطير في توجيه الرأي العام العالمي فقد إشتد التنافس بينها وخاصة بعد أن ألغي نظام التحالف الذي طبع نشاطها من 1870 إلى 1934 (F.Terrou: 1974, p.76) .

وفي نفس السياق، تطورت وكالات الأنباء بعد ذلك كما وكيفا حيث ظهرت العشرات من الوكالات الجهوية والمحلية، ومنها أول وكالة عربية للأنباء وهي "سونا" السودانية التي أنشئت عام 1946. تلتها ثلاث وكالية عربية أخرى في الخمسينيات وعلى رأسها وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية (أ. ش. أ- .M.E.N) التي أنشئت عام 1956وهي تعتبر أهم وأكبر وكالة عربية لحد الآن (نبيل عارف الجردي: 1985، ص ص. 86-87 و راسم محمد الجمال: 1991، ص ص. 89-90). وتوجد الآن على مستوى العالم العربي حوالي عشرون وكالة الأنباء توالى ظهورها منذ نهاية الحرب العالمية الثانية. وقد عرفت في بداياتها الأولى أشكالا مختلفة من وكالات الأنباء التي اتسمت بمحدودية خدماتها وتواضع إمكانياتها الفنية والمالية. ففي عام 1959 تأسست كل من وكالة المغرب العربي بالمغرب (م. ع.) ووكالة الأنباء العراقية (و. أ. ع.) ثم تلتها عام 1961 كل من وكالة الأنباء التونسية ووكالة الأنباء الجزائرية (التي تأسست بتونس قبل أن تنتقل إلى الجزائر بعد

الإستقلال عام 1962). وفي عام 1965 ظهرت ثلاث وكالات أنباء عربية في كل من الأردن (بترا)، سوريا (سانا) وليبيا (جانا). وفي العام التالي ظهرت وكالة الأنباء اللبنانية (ن. ن. أ.) ثم تلتها وكالات موريطانيا، السعودية، فلسطين وباقي الدول العربية... وتختلف قدرات هذه الوكالات من مختلف النواحي وخاصة بالنسبة إلى تغطية الأنباء غير المحلية ، العربية منها والدولية (راسم محمد الجمال:1991 ص ص. 89-91).

أما فيما يخص وكالات الأنباء الجهوية والمحلية الأخرى، فيلاحظ الآن وجود وكالات أنباء وطنية في معظم الدول ، لكنها تعاني كلها من آثار التبعية الإخبارية للوكالات العالمية، هذا إن لم تكن مرتبطة مباشرة بواحدة أو أكثر من الوكالات الخمس الكبرى. ولكسر طوق هذه الهيمنة الإخبارية فكرت بعض الوكالات الوطنية في التبادلات الثنائية والجهوية، فاشتركت دول بعض الوكالات الأوروبية في رابطة سمتها الرابطة الأوروبية لوكالات الأنباء (European Alliance of News Agencies) وشكلت دول إفريقيا "إتحاد وكالات الأنباء الإفريقية " (Union of African News Agencies) لتليها دول آسيا بمنظمتها (Organigation of Asian News Agencies) (نبيل عارف الجردي: 1985، ص. 58) ثم وكالة الأنباء الإسلامية الدولية (I.N.A.) التي عقد أول مؤتمر لدراسة مشروع إنشائها عام 1950 في كاراتشي، لكنها لم تنشأ رسميا إلا في المؤتمر الإسلامي الثالث لوزراء الخارجية عام 1972 (وهي في الواقع عبارة عن إتحاد وكالات الوطنية)، ولم تقم لحد الآن بالدور المنوط بها في مجال الصراع الحضاري القائم نتيجة

للإهمال والتهميش (مجلة التضامن :1992، ص ص. 55,44). وفي عام 1964 أسس في القاهرة "إتحاد الوكالات العربية" ولكنه "لم يكن له أي نشاط حتى عام 1975، تاريخ تنقله إلى بيروت... أين اقتصر نشاطه أساسا على إرسال صحافيين عرب للتكوين بالخارج" (E. Hanna Elias: 1993, p.99) ولم يكن له أثر يذكر على تقليص احتكار الوكالات الدولية للأخبار.

مما سبق يمكن القول أن وكالات الأنباء ثلاثة أصناف:

أ - الوكالات العالمية :

وتتميز بكثافة و تنوع الخدمات الإعلامية التي تقدمها، بسعة توزيعها وبضخامة الوسائل البشرية، المادية والتقنية التي تمتلكها. وأهمها خمس : A.P. , U.P.I. , Reuter , A.F.P. , TASS. ولمعرفة النشاط الهائل لهذه الوكالات نورد فيما يلي جدولا دالا على ذلك (نبيل عارف الجردي : 1985 ص 58) :

الوكالة	عدد البلدان التي تستقبلها	عدد البلدان التي يغطيها مراسلون	عدد الكلمات المبثوثة كل يوم
A.P.	108	65	17 مليون
U.P.I	92	81	11 مليون
Reuter	147	153	1,5 مليون
A.F.P	152	167	3,350 مليون
TASS	80	100	/

ب - الوكالات الجهوية:

وهي التي تتعدى أنشطتها الإخبارية بلدها الأصلي إلى بعض الدول الأجنبية وهي أقل إنتشارا وعدة من الوكالات العالمية... ومن أهمها وكالات أنباء كل من ألمانيا، اليابان، إسبانيا... ومصر.

جـ - الوكالات المحلية :

ويتمثل نشاطها الأساسي في جمع وتوزيع المعلومات في بلدها الأصلي، وإن كانت تحاول أن تتجمع وتتعاون مع بعضها للتقليص من الهيمنة الإخبارية للوكالات الكبرى. ولكن الكثير منها يعمل على جمع ال أخبار وتوزيعها على الوكالات العالمية التي يرتط بها.

د - الوكالات المتخصصة :

بالإضافة إلى هذا النوع من الوكالات (التلغرافية الأصل) ظهرت إلى الوجود عدة وكالات متخصصة في تموين وسائل الإتصال الجماهرية بالمقالات الجاهزة ، الوثائق الإعلامية في ميادين خاصة: المعلومات الإقتصادية، المالية، الرياضية، الصور... ثم بعد تطور التلفزة، بأفلام وأشرطة وثائقية وعلمية. إن هذا النوع من الوكالات المتخصصة لا يمكن مصادفته إلا في الدول ذات النشاط الإعلامي الواسع والمستوى الاعلامي المتخصص الناضج. ومن هذه الوكالات: وكالة "فيدس" التابعة للفاتيكان، وكالة الأخبار العربية، وكالة "جويس تلغرافيك"، بالإضافة إلى (Newsuess , U.P.I.)...

هذا، أما فيما يخص القانون الذي يحكم هذه الوكالات، فهو يختلف باختلاف أنظمة الإتصال المتبعة في بلدها الأم. ولكنه، على العموم، يتفق في

الأخذ بعين الاعتبار المصالح الأساسية للبلد الأصلي وذلك مهما كانت طبيعة نظامه السياسي :

-- ففي أنظمة الإتصال التابعة للسلطة الحاكمة، توجد نوعان من الوكالات:

أ - وكالات من نوع المؤسسات التجارية، هدفها الربح ولها علاقات تجارية محضة مع زبائنها ومنها: (Havas, U.P.I., ...).

ب - وكالات من النوع التعاوني وهي إما "ملكية" أو "تحت إدارة" مؤسسات صحفية وراديوتلفزيونية، ومنها: (Reuter, A.F.P. , A.P., ...) .

-- أما في الأنظمة التي يوجه فيها الإعلام من طرف السلطة فإن قانونها الأساسي يتميز بخاصيتين هما :

أ - تكون الوكالة عبارة عن مؤسسة حكومية وبالتالي فهي تخضع للمراقبة اللصيقة للحكومة أو الحزب الحاكم وذلك مثل وكالة (TASS) السوفييتية التابعة لمجلس وزراء الإتحادالسوفييتي، و التي يعتبر مديرها برتبة وزير دولة و هو في نفس الوقت عضو في المكتب السياسي للحزب.

ب - تحتكر هذة الوكالات توزيع الأخبار على المؤسسات المحلية، مثلها في ذلك، مثل مختلف مجالات التجارة الخارجية المحتكرة في البلدان التي يفترض نظامها السياسي ذلك (F. Terrou: 1974, pp. 76.88).

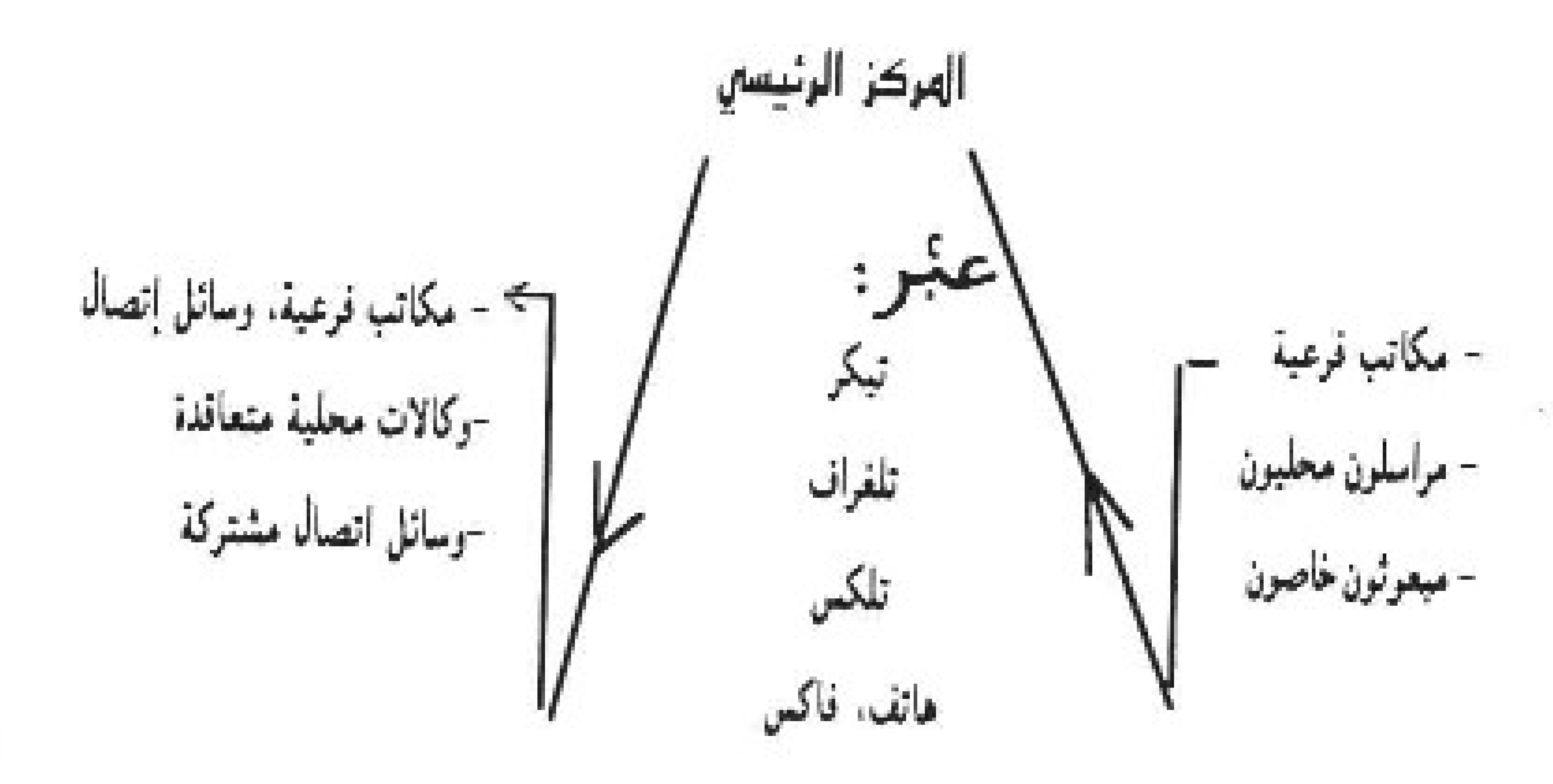
هذا ونشير من جهة أخرى إلى أن وكالات الأنباء تعتمد في جمع وتوزيع الأخبار على هياكل قاعدية ووسائل تقنية وطاقم بشري متخصص وموارد ضخمة وتنظيم متواصل للعمل، ليل نهار بدون إنقطاع. أما طريقة

عملها فيمكن تلخيصها فيما يلي :

تقوم المكاتب الفرعية والمرسلون المحليون والمبعوثون الخاصون بجمع الأخبار وإرسالها إلى المركز الرئيسي حيث تعاد صياغتها وغربلتها ثم توزيعها لشركائها والمتعاقدين معها وذلك بإحدى الطرق التالية:

- بالتيكر العادي أو اللاسلكي
- بالتلغراف
- بالتلكس
- بالهاتف
- بالفاكس

وفيما يلي رسم بياني لذلك:



وفي الأخير لا يمكن إنهاء هذا المبحث دون الإشارة بإيجاز إلى الدور الخطير الذي تلعبه هذه الوكالات وخاصة العالمية منها في توجيه الرأي العام

العالمي. فهي تعمل على "الترويج في الميدان الدولي للسياسة التي تتبعها حكوماتها بالنسبة للمشكلات العالمية المختلفة" (مختار التهامي: ص.287)، فتغربل وتوجه الأخبار ثلاث مرات على الأقل، قبل أن ترسلها إلى مستهلكيها : أولا، عند إختيار المراسلين ساعة توظيفهم بالوكالة، ثانيا، عند اختيار هؤلاء المراسلين للمادة الخام للحدث وطريقة تغطيتهم له، وثالثا عن طريق مصلحة التحرير بالمركز الرئيسي. ثم إن هذا الأخير، الذي له جميع صلاحيات التصرف مع الأخبار بالقبول، الرفض أو التعديل، قد يتأثر بتوجيهات جماعات أو هيئات إقتصادية أو سياسية ضاغطة أو مالكة.

السينما

من المخترعات التي خلفتها الثورة الإلكترونية بعد الإذاعة المسموعة (الراديو) السينما. وتعتبر السينما فاتحة عالم الوسائل السمعية البصرية الساحر، وذلك بعد السيطرة الطويلة للوسائل المطبوعة والبروز المتزامن تقريبا للراديو إلى الساحة الإعلامية كمناقس قوي.

كانت بدايات الفن السابع (السينما) صامتة عن طريق عرض صور متحركة في نهاية عام 1895 بباريس. وذلك بعد سنة تقريبا من ظهور أول آلة للعرض السينمائي. وكان هذا العرض الأول عبارة عن شريط سينمائي دام حوالي ثلاث دقائق قام به المخترعان الأخوان "لوميير" (Lumière). وقد تم عرض هذا الفيلم في مسارح عادية مجهزة بشاشة في عدة عواصم أوروبية قبل أن يعرض في أمريكا.

ثم توالت عملية تحسين آلة التصوير وآلة العرض بعد فترة الإنبهار هذه التي شهدت سيطرة فرنسية . بعد ذلك، بدأ تفوق السينما الأمريكية ولايزال حتى الآن. ولكن السينما ظلت صامتة واقتصرت كلمات أفلامها على العناوين المطبوعة ولمدة طويلة نسبيا. إلا أن ذلك لم يمنع من تطوير تقنيات الفيلم السينمائي والإبتعاد عن مجرد تسجيل حركات الممثلين. فبدأ الفيلم السينمائي باستخدام رصيد الفنون المسرحية والخزان الهائل للنصوص الأدبية العالمية. أما تقنيات تصويره ، فكانت في بداية الأمر متأثرة بتقنيات

المسرح... حيث بدأ بتنصيب كاميرا ثابتة أمام ممثلين يتحركون وكأنهم فوق خشبة المسرح. واستمرت السينما على هذه الوضعية حتى عام 1903، حيث قام المخرج الأمريكي "إودوين بورتر" (E. Porter) بتصوير أول فيلم بكاميرا متحركة، وذلك لإقتناعه بأن لحجم اللقطة السينمائية تأثير بالغ على الجمهور. ثم تلاه التطوير النوعي الذي أحدثه الفنان الأمريكي "د. و. غريفث" (D. W. Griffith) عام 1915، عندما صور فيلمه الأول مستعملا الكاميرا استعمالا حرا و في حركة متتابعة. كما استخدم أحجام اللقطة التصويرية المختلفة ومن زوايا متعددة في إيصال بعض اللقطات ببعض لتغيير المدلول، فاتحا بذلك عهد "المونتاج السينمائي" الذي مازال مستعملا حتى الآن. ولم يكتفي هذا المخرج الملقب بـ " أبو السينما " في أمريكا بذلك ، حيث ابتكر في فيلمه الأول طريقة التشويق المستمر للمشاهد بجعل بطله يتخبط في مشاكل ليتم إنقاذه في النهاية (نبيل عارف الجردي : 1985 ص ص 232-233) . ومن هنا بدأ الإهتمام البالغ بتقنيات التصوير والأسلوب الذي تعالج به المواضيع بغية إمتاع الجمهور والتأثير عليه... فظهرت الأفلام الإخبارية ثم الأفلام الروائية. وفي روسيا أصبحت السينما -حسب "لينين"- أهم الفنون التي تستعين بها الدولة في نشر مذهبها. وهناك ظهر ما يسمى بالجريدة السينمائية التي كانت يعتبر ملحقا لصحيفة "البرافدا" السوفيتية (عبد اللطيف حمزة : 1978، ص. 100). وفي هذه الفترة بالذات، أي بعد الحرب العالمية الأولى، بدأت المنافسة الشديدة بين السينما في أوروبا وأمريكا لتفرض هذه الأخيرة سيطرتها منذ ذلك الحين...

حتى أصبحت توجه وتتحكم في أذواق الناس وفي القارات الخمس.

وإذا علمنا الأثر البالغ للسينما في تكوين الرأي العام ونشر الثقافة المسيطرة أدركنا وتبين لنا مدى خطورة هذه الوضعية الشادة التي تهدد الكيان والهوية الحضارية للمجتمعات التابعة في هذا المجال مثل مجتمعاتنا. وبالرغم من شعور معظم الدول ذلك إلا أنها لم تتمكن من صد السيل الجارف للإنتاج السينمائي الأمريكي الذي لا يتورع -كما لاحظ ذلك اللورد نيوتن"- في استعمال وسيلة الإتصال هذه "في عملية دعائية ضخمة لبلدهم، لأنفسهم، لأفكارهم ولمنتوجاتهم" (F. Terrou: 1974, p. 101).

هذا، وإن هذا الإنتاج السينمائي الضخم الذي أصبح يستعين اليوم بالكومبيوتر ومؤثراته المرئية والصوتية وإمكانات الرمامة (Prosthesis) والتجميل غير المحدودة، بالإضافة إلى الإمكانيات المالية والتنظيمية الهائلة، جعل نجاحه في دول الجنوب ووقوفه أمام التدفق السينمائي الأمريكي أمرا مستحيلا في إطار التبادل الإعلامي الحر والمواجهة المتفرقة له... فلابد، إذن، من وضع حدود جمركية له أولا ثم التكتل ثانيا. وهو ما تحاول القيام به حاليا للمحافظة على الثقافة اللاتينية خاصة، ولكن بدون جدوى لحد الآن.

أما عن وضع السينما في الوطن العربي فهي لا تختلف كثيرا عن وضعية وسائل الإتصال من حيث مركزها المتواضع على المستوى العالمي وتبعية ساحتها السينمائية للإنتاج الأمريكي على الخصوص. سواء كان ذلك بالنسبة لكمية الإنتاج ونوعيته أو لعدد دور السينما الثابتة وقدرتها الإستيعابية أو لنسبة التردد السنوي على هذه الأخيرة.

والملاحظ في هذا المجال أن الدول العربية تعتمد بنسبة كبيرة على استيراد الأفلام من أمريكا أساسا ثم الهند فإيطاليا وفرنسا، ولكن بدرجة وكيفية لا تتناسبان والعلاقة التاريخية الثقافية التي تربط الدول العربية المستوردة والدول المصدرة.

أما فيما يخص الإنتاج السينمائي العربي الذي تتصدره مصر، فلا نجد إلا تسعة بلدان عربية فقط تنتج الأفلام السينمائية الطويلة (راسم محمد الجمال : 1991 ، ص ص،117-122). وبالرغم من أن عمر السينما العربية تجاوز نصف القرن، فإنها لم تستطع أن تخرج من نطاقها المحلي الجهوي المحدود إلا نادرا وفي المهرجانات الدولية. وذلك راجع قبل كل شئ إلى افتقارها للأصالة وروح الإبداع ولنص السينمائي الجيد ولسياسة سينمائية واضحة. هذا بالإضافة طبعا إلى قوة ونوعية السينما الأمريكية المنافسة الأولى لها.

وختاما لهذا المبحث نوجز الكلام عن أنواع الفيلم السينمائي بذكر أهمها :

فبالإضافة إلى الفيلم الدعائي والتجاري من جهة والإخباري و *الروائي* الذين سبق ذكرهما، هناك نوع آخر من الأفلام وهو "الجريدة السينمائية"، وهي عبارة عن جريدة أو نشرة مصورة سينمائيا، تتضمن في غالب الأحيان الأحداث الهامة الخاصة بالدولة كدعاية لها.

كما أن هناك ما يسمى بأفلام المعرفة أو الأفلام العلمية. وهي نوع غير روائي فعال جدا، حيث أصبح واسع الإنتشار ومستهلك بكثرة، لأنه يشمل عدة

مجالات، أهمها : المجال التعليمي (صحة، تكنولوجيا، زراعة، لغات...) والمجال الوثائقي (تاريخ، جغرافيا...) و المجال التسجيلي (أحداث خاصة مثلا).

والجدير بالذكر هنا، أن هذا النوع من الأفلام والبرامج أصبح الآن يستعمل ضمن المناهج التعليمية في المدارس والجامعات والمراكز كدعم بيداغوجي للكتب والمطبوعات التعليمية وجهود المعلمين والأساتذة (نبيل عارف الجردي : 1985 ، ص ص 117-122).

الإذاعة (المسموعة أو الصوتية)

ويقصد بالإذاعة المسموعة (الراديو) مايبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها إجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع. ومن ثم فقد شاركت، مع التلفزيون خاصة ووسائل الإتصال الأخرى، في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه.

نشأة الإذاعة :

بعد ثورة الطباعة وسيطرة وسائلها لمدة طويلة؛ بدأت ثورة الإلكترونيات نتيجة أبحاث مكثفة ومستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس، والإذاعة كانت إحدى ثمار هذه المجهودات العلمية النظرية والتطبيقية.

فقد بدأت رحلة ظهور الإذاعة المسموعة عام 1860 مع تنبأ عالم فيزيائي اسكتلندي (ماكسويل) بوجود موجات كهرومغناطيسية. وفي عام 1886 أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني (هـ. هيرتز) صحة نظرية ماكسويل، لتفسح المجال للمخترعين وعلى رأسهم الإيطالي (ج. ماركوني) الذي تمكن فعلا من إرسال واستقبال إشارات إذاعية في ومن إيطاليا عام 1895 . ثم أتبع ذلك بإرسال أول إشارة لاسلكية عبر "المانش" عام 1899، وعبر المحيط الأطلسي عام 1900 (ن. ع. الجردي : 1985 ص 169).

وفي عام 1906 إخترع (دي فورست) مصباح "الديور" فاسحا المجال لتطور التلغرافيا بسرعة وانتقالها إلى المرحلة الراديوفونية (مرحلة المذياع

الهاتفي). ثم استمر البحث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات.

وكانت سنة 1920 موعدا هاما في تاريخ الإذاعة، حيث ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة (ديترويت نيوز) في الولايات المتحدة الأمريكية وكذا أول حملة إنتخابية إعلامية عن طريق محطة (K.D.K.A) الأمريكية ولصالح مرشح جمهوري بمدينة بتسبورغ، تبعتها في العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية (W.B.Z.) في ماساشوستس. ثم توالت محطات الإرسال وتضاعف عددها حتى بلغ عام 578:1925 محطة. وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهازا، ليصل عام 1929 عشرة ملايين جهاز استقبال.

وبعد الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم، ومنها العالم العربي الذي عرفها في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة. وذلك بدءا من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب ومرورا بالقوى الإستدمارية المحتلة التي أوجدتها أساسا لخدمة تواجدها، وانتهاءا بالظهور العادي في فترة الاستقلال. وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين (باللغة الفرنسية) وبعض المصريين على التوالي. ثم توالي ظهورها تدريجيا في باقي الأقطار العربية حتى عمتها سنة 1970 (راسم محمد الجمال : 1991 ص ص 106-107).

وحتى الستينيات، كانت الإذاعة المسموعة تعتبر المصدر الأساسي

للإعلام والسلاح الأول في الحروب النفسية والباردة، وخاصة بعد التطور التكنولوجي الذي طرأ، أولا، على محطات الإرسال التي أصبحت تستعمل الموجات المتوسطة والقصيرة وترددات الإرسال فوق العالي، وثانيا، على أجهزة الاستقبال التي أصبحت أقل وزنا وحجما مع اختراع "الترانزستور".

ومن جهة أخرى، فإن العامل الأساسي الذي ساعد الإذاعة على تحقيق هذه المكانة هو عامل الترفيه. وكان ذلك على حساب المواد الإخبارية التي لم تعرف نفس التطور لأسباب داخلية وخارجية، كان أهمها منع الصحف ووكالات الأنباء بيع الأخبار لمحطات الإذاعة. إضافة إلى هذا المشكل الإخباري، أضيف، بعد الحرب العالمية الثانية، مشكل ثان تمثل في ظهور التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية بالغة التأثير، وخاصة مجال الترقية ثم في مجال توجيه الرأي العام.

ومع ذلك لازالت الإذاعة تلعب دورا معتبرا رغم المنافسة الشديدة ولأجل ذلك إستعانت في السبعينيات بالتطور الذي طرأ على الاتصالات اللاسكية الحاملة للصوت والتي أصبحت متناهية في القصر (الموجات السنتمترية) وبعيدة المدى تنقل الارسال عبر الأقمار الصناعية. وأدى هذا التطور الأخير إلى تدعيم مايسمى بالإذاعات الدولية وتقويتها.

الإذاعة الدولية :

ويقصد بها تلك المحطات الإذاعية التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك "موجهة للغير" قصد التأثير عليه، كما قد توجه للمغتربين من البلد الأم.

وقد تطورت الإذاعة الدولية منذ العشرينيات من هذا القرن عبر مراحل أربع، هي على التوالي :

1 - مرحلة تبادل البرامج والخدمات الإذاعية : وقد تم ذلك لأول مرة 1923 بين المحطة الأمريكية (K.D.K.A) و محطة بريطانية على الموجة القصيرة.

2 - مرحلة الإذاعات الموجهة من دولة إلى مواطنيها أو من كانوا مواطنيها: وقد بدأ ذلك عام 1935 عندما خاطبت الإذاعات السويسرية هذه الفئة على الموجة القصيرة وبلغات متعددة.

3 - مرحلة بث الإذاعات الموجهة من الدولة الأم إلى مستعمراتها أو البلدان الدائرة في فلكها : وقد بادرت بهذا النوع من البث الإذاعة الهولندية عام 1929.

4 - مرحلة الإذاعات الموجهة مباشرة إلى مواطني دولة أو دول أخرى أجنبية : وكان الإتحاد السوفياتي السابق أول من استخدم هذا البث ووظف الاذاعة الدولية في التوجيه السياسي الأجنبي والحرب النفسية، وذلك بخمسين لغة تقريبا. ثم تلته ألمانيا - هتلر عام 1933 ، وكان ذلك في اتجاه أمريكا الشمالية وباللغتين الألمانية والإنجليزية. وأعقبتها إيطاليا باللغة العربية في اتجاه شمال إفريقيا عام 1935، ثم اليابان تجاه محيطها الأسيوي، فبريطانيا، فرنسا... إلى حد أصبحت لمعظم الدول إذاعات دولية تبث بلغات متعددة وتغطي معظم أرجاء المعمورة. و يوجد على رأسها حاليا وعلى التوالي: صوت موسكو، صوت أمريكا، هيئة الإذاعة البريطانية، إذاعة ألمانيا

الموحدة، إذاعة فرنسا الدولية و.... صوت القاهرة.

وتستعمل هذه المحطات الكبرى إمكانيات مالية، بشرية وعلمية ضخمة، تتراوح ما بين 37 لغة (ألمانيا) و82 لغة (الإتحاد السوفييتي)، 725 ساعة بث (بريطانيا) و 2000 ساعة بث (الإتحاد السوفييتي)،100 مليون دولار سنويا (بريطانيا) و 700 مليون دولار سنويا (الإتحاد السوفييتي)، 1500 موظف (ألمانيا) وأكثر من 4000 موظف (الإتحاد السوفييتي) (ن. ع. الجردي: 1985، ص ص 170 -179).

كيفية عمل الإذاعة :

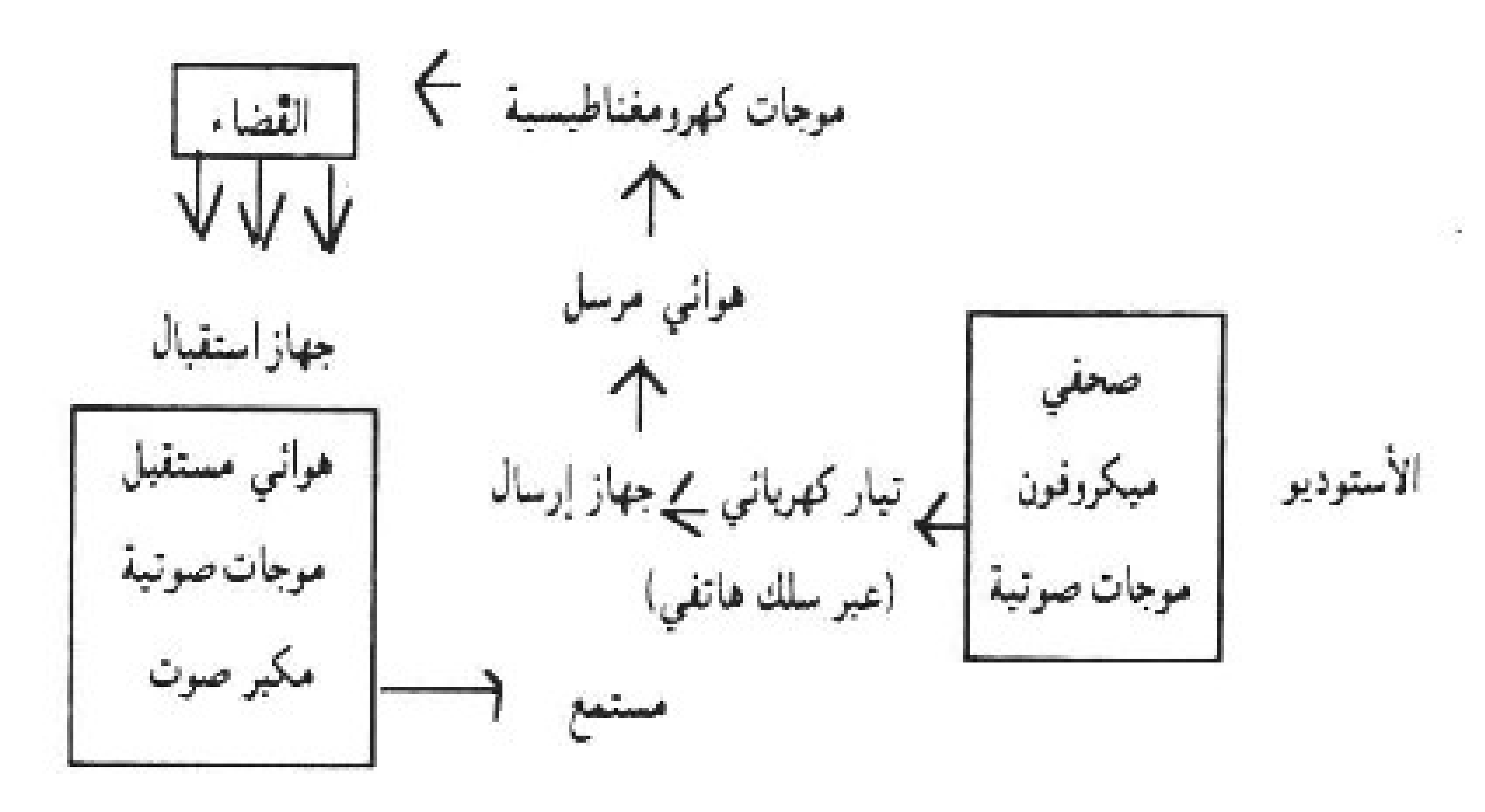
يتوقف البث الإذاعي على عدة عوامل بشرية، مالية، مادية، تقنية وتنظمية. فالإذاعة، مثلها مثل باقي وسائل الإتصال الجماهرية الحديثة، تعتمد في وصولها إلى جمهورها على طاقم بشري متخصص (إداريين، صحفيين، تقنيين، متعاونين) وإمكانيات مالية ضخمة لتغطية تكاليف الإنجاز الإذاعي اليومي، بالإضافة إلى أجهزة وأدوات خاصة تعمل على تجميع وإيصال الأصوات الإذاعية إلى أجهزة الإستقبال الموجودة لدى المستمعين.

وفيما يلي سنحاول تقديم عرض موجز لكيفية العمل هذه :

تبدأ عملية البث داخل قاعة مجهزة تجهيزا خاصا تسمى "الأستوديو"، أين يتحدث الصحفي أمام "ميكروفون" لتنتقل أصواته إلى طاولة كبيرة تسمى طاولة التجميع (Table de mixage)، وذلك بعد أن تكون قد تحولت إلى تيار كهربائي يعمل على إنتاج أمواج إلكترومغناطيسية عن طريق جهاز إرسال. ثم تنتشر هذه الأمواج في الفضاء في شكل تيار مضخم لتلتقطه أجهزة

الإستقبال وتشتق منه تيارا ضئيل الشدة يكون مطابقا للتيار المنتج من قبل الميكروفون، الذي يضخمه بدوره ليمر بعد ذلك عبر مكبر الصوت .

وفيما يلي مخطط توضيحي لكيفية وصول البث الإذاعي من المحطة الإذاعية إلى جهاز الإستقبال :



البرامج الإذاعية :

أما فيما يخص مادة هذا الإرسال نفسه، أو مايسمى بالبرامج الإذاعية فستنعرضها فيما يلي :

يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة (سياسية، ثقافية، إقتصادية، إجتماعية، تربوية، ترفيهية) سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة.

ويتوقف نجاح هذه البرامج في مراحلها المختلفة (البرمجة، الإعداد، الصياغة، الإلقاء، الإخراج) على عدة عوامل أهمها :

- البرمجة المناسبة من حيث الترتيب والتوقيت والحجم الساعي والتنويع.

- حسن إلقاء المذيعي وتنشيطه للبرنامج بحيوية وعفوية بعد التحضير الجيد لموضوعه.

- الدقة في الإخراج وجعله مناسبا لطبيعة البرنامج وموافقا لرغبة المستمع مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للإهتمام.

- هذا بالاضافة طبعا إلى حسن الإرسال والإستقبال الخاصين بالجانبين المادي والتقني.

وختاما لهذا المبحث، يمكن القول بأنه كان لظهور البث الإذاعي تأثير كبير على مصير الثقافة العالمية،كما أثر- حسب لونتشارسكي- على نفسية الناس فعزز عواطفهم وعمقها. وتشير الأبحاث النظرية والتطبيقية التي أجريت في بلدان مختلفة، حول تجربة البث الإذاعي، بأن للإذاعة الصوتية تأثير نفسي- إجتماعي كبير على مستمعيها، وذلك في مجالات مختلفة، مثل : السلوك الفردي والجماعي، الآراء والتصورات، التعليم والمعرفة، العواطف والإنفعالات، إلخ.(كوليانوسكي وآخرون : 1978، ص ص. 135-137).

التلفزيون

إن التلفزيون (Television) كلمة مركبة من مقطعين (Tele) ومعناه "عن بعد" و (Vision) ومعناه "الرؤية". وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو "الرؤية عن بعد".

ومن جهة أخرى، يمكن تعريف نظام التلفزيون من الناحية العلمية بأنه : طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية (ن. ع. الجردي : 1985 ، ص 191) ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة.

إن التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أساسا على الصورة. والصورة في التلفزيون ليست كالصورة الفوتوغرافية أو الصورة السينمائية، فهي، كما هو معروف، تتكون من مجموعة مرسومة من النقط الضوئية تظهر على الشاشة بواسطة شعاع إلكتروني. وكلما زاد عدد النقط زادت الصورة وضوحا والعكس صحيح، لأن الصورة في التلفزيون، على خلاف الصورة الفنية الثابتة، في تكون وتغير مستمر، تفصل بقدر تزايد عدد النقط الراسمة بفضل مشط إلكتروني ناعم جدا.

ولكن ظهور التلفزيون على هذا الشكل لم يكن فجأة بل كان تدريجيا تظافرت جهود وعوامل كثيرة وفرت له جميع متطلباته. ومع ذلك فقد كان التطور التكنولوجي في مجال التلفزيون أكثر سرعة مما كان عليه الراديو،

مثلا، الذي عمل في الواقع على تهيئة الجو وتدليل الصعوبات التقنية المالية والسياسية أمامة.

ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال العالم الألماني "بول نيبكو" (P.Nipkow) الذي اخترع عام 1884 أسطوانة مثقوبة لتركيب الصور، يمكنها تقسيم جسم من الأجسام إلى عناصر تكون في مجموعها صورة من الصور. ثم طور الباحث الأمريكي : "تشارلز ف. جنكنز" (Ch. F. Jenkins) مبدأ "نيبكو" عام 1890 ، ولكنه لم يتمكن من ترجمة أبحاثه وأفكار غيره من أمثال "ماركوني، سنلك.. " حول الإثباتات الميكانيكية على قدرة البث التلفزيوني.

والجدير بالذكر هنا، أن أول تجارب لإرسال الصور عن بعد كانت إنطلاقا من الصور الثابتة في منتصف القرن التاسع عشر، بينما استعملت "الفوتوتلغرافيا" (الصورة التلغرافية) في سنة 1905 من طرف الألماني "دي كورن" (رولان كايرول : 1984، ص ص. 85-86).

إن ظهور تكنولوجيا الإلكترونيات في العشرينيات هو الذي مكن من حل المشاكل التي كانت تفترض تطبيق أعمال الباحثين في المجال التلفزيوني. وتعتبر سنة 1927 موعد ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن وقبلذلك بسنة إستطاع العالم الغالي "جون برد" (Jhon Baird) وضع أول تصميم عملي للتلفزيون واستخدامات عدة دول، كما استطاع فيما بعد أن يخرج لـ B.B.C في سنة 1936 برامج تجريبية يومية.

وكان عام 1931، بمثابة نقلة نوعية للتلفزيون عندما اخترع "فلاديمير زرويكين" أنبوب الصورة (Picture Tube) خلفا للأسطوانة المثقوبة، تبعه تطور نوعي في آواخر الأربعنيات مع إكتشاف أرثيكون، الذي يتميز بحاجته إلى كمية أقل من الضوء للعمل.

أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم فقد بدأ قبل ذلك، سنة 1939، حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربع ساعات يومية للبث. ثم جاءت الحرب العالمية الثانية لتضع حدا مؤقتا لتطوره ولتفسح المجال للولايات المتحدة الأمريكية البعيدة عن هذه الحرب، لتواصل التطور الكبير للتلفزيون. وكانت قد بدأت الإذاعات التلفزيونية بالولايات المتحدة الأمريكية قبل ذلك (منذ عام 1938)، بعدها سمحت لجنة الإتصالات الفيدرالية الأمريكية باستخدام التلفزيون في المنازل، فاسحة بذلك المجال واسعا أمام الإنتشار الجماهيري لأجهزة التلفزيون. ولكن الإرسال الواسع للتلفزيون لم يبدأ إلا في الخمسينيات حيث طورت صناعة التلفزيون وارتفع عدد أجهزة الإستقبال... وفي عام 1952 ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكي (بعدما إكتشفها الأمريكي "جولدمارك" في مخابر "C.B.S.") وتعددت القنوات التلفزيونية، بينما لم تتعد في بلدان أوروبا الرائدة قناتين وحتى بداية الستينيات ولم يحل عام 1970 حتى عمت أجهزة الاستقبال 90% من البيوت الأمريكية وعم الارسال التلفزيوني معظم بلاد العالم (حسين فوزي النجار - سلسة إقرأ - 1984). فامتد نطاقه في القارات الخمس ولم يعد حكرا للدول الشمالية المتقدمة، حيث أنشئت عدة

شبكات جهوية ودولية، كانت أهمها :

- الشبكة الأوروبية المعروفة باسم "أوروفيزيون Eurovision" والتي ترتبط بها أكثر من ألف محطة.

- شبكة أوروبا الشرقية سابقا "إنترفيزيون Intervision" والتي تربط بين محطات سبع دول من أوروبا الشرقية.

- أما في الشرق الأقصى فقد أنشأ اليابانيون شبكة آسيوية تحت اسم "آسيافيزيون" "Asiavision" تربط البلاد الواقعة مابين طوكيو وكاراتشي (ن. ع. الجردي : 1985 ص 199).

أما في البلاد العربية، فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان قبل استقلالها ومنها الجزائر التي عرفته عام 1956 وفي السنة الموالية دخل التلفزيون العراق، ثم لبنان عام 1959، ومصر وسوريا عام 1960، والكويت عام 1961 والمغرب والسودان عام 1962 ، ثم اليمن، السعودية، تونس وباقي البلدان العربية الأخرى. والملاحظ حسب بعض البيانات المتوفرة لحد الآن أن قدرات الإرسال التلفزي بين الدول العربية متفاوتة جدا... من عدة قنوات وتغطية محلية وجهوية إلى العجز عن تغطية الوطن الواحد تلفزيونيا (راسم محمد الجمال : 1991، ص ص 112-113). ولكنها على العموم ، في تزايد مستمر : فقد تضاعف عدد محطات الارسال التلفزيوني في الوطن العربي خمس مرات ، حيث ارتفع من 120 محطة سنة 1970 إلى 610 محطات سنة 1988 . ونفس الشئ يمكن قوله عن أجهزة الاستقبال التي تضاعفت في نفس الفترة عشر مرات ، حيث بلغت سنة 1988 تسعة عشر مليون جهازا، أو

ما يعادل تسعين جهازا لكل ألف ساكن (وهي نسبة تفوق نظيرتيها في كل من آسيا وإفريقيا) (E. Hanna Elias : 1993, p.101).

ولكن نمو التلفزيون الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره والزيادة المطردة لعدد أجهزة استقبال إرساله، بل تعدى ذلك إلى نوعية وكمية إنتاجه وإرساله. وكان ذلك بفضل تتابع الإختراعات التكونولوجية التي ساهمت في تطويره، من أقمار صناعية وكابلات (حبل الأسلاك) وكومبيوتر وفيديوكاسيت... وبفضل كثافة الدراسات النفسية الإجتماعية وأبحاث الإتصال الجماهيري المكرسة للتلفزيون.

وفي الأعوام الأخيرة إزداد حجم الدراسات الخاصة بالتلفزيون ضمن أبحاث سوسيولوجية الإتصال الجماهيري، وأجريت قياسات إحصائية لنمو جمهور التلفزيون وأجهزته ولأوقات الإرسال المخصصة لمختلف فئات الجمهورية، واستقصيت العوامل المؤثرة على فعالية البرامج التلفزيونية... وتحديد طرق تكوين الأذواق والنظرات والميول لدى مشاهدي التلفزيون. ولكنها كثيرا ما تتناقض وتختلف نتائج هذه الأبحاث التطبيقية التي أجريت في الغرب والشرق على السواء. ومع ذلك فقد ساهمت في تحسين أداء التلفزيون وزيادة هيمنته على الرأي العام... وهذا ما دفع ببلاد مثل الولايات المتحدة الأمريكية أن تجري بصورة دورية دراسات لجمهور التلفزيون للتحسين من فعالية أدائه (كوليانوسكي وآخرون: 1978، ص ص. 162-167).

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة لنقل الأخبار المصورة، مسجلة أو مباشرة، عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة

خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة: "لقد أصبحت رمز السلطة وعصر الإتصال... فالثورات والإنقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية" (A. Casanova, in "la pensée": 1992,p. 81). فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها لأنها تمكن ببساطة من هيكلة خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام، إلى درجة جعل أحدهم (مارشال ماكلوهان) يجعل التلفزيون -كأداة- أهم من مضمونه: "فالناس سيشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج (المذاعة) بحكم أنه يفرض سيطرته على البشر..."(ن. ع. الجردي: 1985، ص. 189)، الذين قد يفضلونه على الثلاجة والغسالة مثلا. وهذا ما أثبتته دراسة أجراها كل من "ف. ج. كازانوف، ج. أوليف"، كان من بين نتائجها: أن الجمهور الفرنسي في بداية الستينيات عندما يعرض التلفزيون ما لا يعجبه، فإن أربعين بالمائة منه يتابعون المشاهدة، وأن نفس الجمهور إذا خير بين حرمانه من ثلاثة أشياء، أيها تنقصه أكثر، كانت إجابته على التوالي: التلفزيون بنسبة 44 %، الثلاجة 33% والغسالة 16% . وحققت دراسة أمريكية أجراها "ج. ستينر" نفس النتائج في الفترة ذاتها في سبر وطني لآراء المشاهدين أجري في الولايات المتحدة الأمريكية (ماكبرايد وآخرون: 1981، ص. 635).

وفي الأخير، نختم هذا المبحث الخاص بالتلفزيون بكيفية عمله.

كيفية حدوث البث التلفزيوني :

إن هيكلة الإرسال التلفزيوني تشابه مخطط البث الإذاعي الذ سبق رسمه في المبحث السابق. تبدأ عملية البث من الأستوديو، حيث تحول كاميرا

إلكترونية الصورة التي تلتقطها إلى تيار كهربائي ضعيف الشدة يدعى "تيار فيديو" ليحول هذا التيار بواسطة أسلاك إلى "جهاز إرسال"، الذي ينتج بدوره تيار عالي الشدة وأمواج مشعة عبر السلك الجوي لتنتشر في الفضاء، ثم تلتقطها أجهزة الإستقبال (بعد ما تعكسها مرايا الأقمار الصناعية عندما تكون المسافة كبيرة بين مصدر البث ومكان الإستقبال). بعد التقاط التيار من طرف جهاز الإستقبال (جهاز التلفزيون) يشتق من التيار العالي الشدة المعدل تيار فيديو، وذلك بفضل أنبوب المسرى السالب (الذي يقابل مكبر الصوت في جهاز الراديو)، ثم تعكس الصور تباعا على الشاشة الصغيرة أمام المشاهد (رولان كايرول : 1984 ، ص ص 86-87).

الأقمار الصناعية

إنها في الحقيقة ليست وسيلة اتصال عادية مثل باقي الوسائل، بل تعتبر وسيلة لهذه الوسائل ومن أهمها. فالبرامج التلفزيونية والإذاعية والمكالمات الهاتفية والتنقيب عن الثروات المعدنية، إلخ... لم تبلغ ما بلغته من سرعة ووضوح وسعة انتشار إلا بفضل الأقمار الصناعية.

إن الوظيفة الأساسية للأقمار الصناعية هي استلام الشارة أو الموجات الصاعدة (تلكس، برنامج تلفزيوني أو إذاعي، مكالمة هاتفية أو رسالة إعلامية) من المحطات الأرضية، فتغير تردداتها ثم تضخمها وترسلها مرة ثانية إلى المحطات الأرضية (التي تعتبر التجهيز الضروري الأساسي المكمل لها). هذه الشارات التي تأخذ أشكالا عديدة تتميز بعدم إنحنائها مع تغيرات الطبقات الجوية وتقوس الأرض ولا تتأثر قوتها إلا مدى ارتفاع القمر الصناعي نفسه عن الأرض واقترابه من القطبين الشمالي والجنوبي (ن. ع. الجردي: 1985، ص. 213 و راسم محمد الجمال: 1991، ص 289).

بدأت الأبحاث عن الأقمار الصناعية عام 1953 في الإتحاد السوفييتي، حيث ناقش علماؤه إمكانية إستخدام أقمار صناعية معلقة في ارتفاع كبير فوق خط الإستواء لإستقبال البرامج التلفزيونية وتقويتها. وتمكنوا أربع سنوات بعد ذلك من إطلاق القمر الصناعي "سبوتنيك رقم واحد" ، الذي كان نقطة الانطلاق لكشف الطاقات في الغطاء الخارجي والسباق السوفييتي

الأمريكي لغزو الفضاء. تبعا لذلك حاولت الولايات المتحدة الأمريكية رفع التحدي الفضائي الجديد فكثفت جهودها في مجال البحوث الإتصالية في استخدام القمر الصناعي، حيث تمكن معمل السلاح البحري من نقل الاتصالات من "واشنطن إلى جزر هاوي" مستخدما القمر الحقيقي كعاكس لموجات الراديو. ولكنها لم تتدارك تفوق الإتحاد في مجال الفضاء إلا بعد عشرية كاملة من الزمن.

أما بالنسبة للإستخدام الإذاعي ثم التلفزيوني للأقمار، فقد بدأ في وقت مبكر واكب تقريبا إستعمال الأقمار الصناعية نفسها التي نشطت في الستينيات. ثم توالت الأبحاث عن إمكانية استخدام هذه الأقمار في أغراض متعددة، و منها التعليمية و الإقتصادية و العسكرية و التجارية... ولكن هذه الأبحاث لم تكن محصورة هذه المرة بين الإتحاد السوفييتي السابق و الولايات المتحدة الأمريكية، بل تعدتها إلى كندا، اليابان، الصين، الهند، فرنسا، ألمانيا و إنجلترا. كما شاركت في هذه الأبحاث هيئات دولية مثل المجلس الدولي للإتحادات الدولية و لجنته الخاصة بأبحاث الفضاء و إتحاد الراديو الدولي (ن .ع. الجردي :1985، ص ص. 214-215 و على جريشة : 1990، ص ص. 46-47).

وهناك الآن عدة مجمعات إتصالية للأقمار الصناعية، أهمها :

- المنظمة الدولية للإتصالات الفضائية (إنتلسات Intelsat) :

تأسست عام 1971 ولم تخرج إلى حيز الوجود الفعلي إلا عام 1973. و

قد اعتمدت في عملها على ثمانية أقمار صناعية موجودة في ثلاث مجموعات تعمل على توصيل الشارات وعلى مائة و خمسين محطة أرضية موجودة في ثمانين دولة. و تتكون المجموعة الأولى من أربعة أقمار صناعية فوق المحيط الأطلسي و المجموعة الثانية من قمرين فوق المحيط الهادي، و مجموعة ثالثة تحتوي على قمرين صناعيين فوق المحيط الهندي. وذلك لتتمكن من تغطية معظم الكرة الأرضية.

أما عن طبيعة و نوعية هذه الأقمار، فهي مصنفة إلى خمسة أجيال:

كان أول استخدام للقمر الصناعي الأول (Early Bird) في المجال التجاري عام 1965 تحت اسم «إنتلسات الأول». عمل هذا القمر الذي، يمثل الجيل الأول، حوالي ثمانية عشر شهرا في إرسال واستقبال الشارات بين الولايات المتحدة وفرنسا وإنجلترا حتى عام 1967، حيث دعمه «إنتلسات الثاني» الذي أرسل فوق المحيط الهادي ليربط أمريكا الشمالية بآسيا وأوروبا. و في هذه الفترة دعم عمل هذه الأقمار الصناعية بالجيل الثاني من المحطات الأرضية التي طرأ عليها الكثير من التحسينات التقنية (من أهمها حركيتها بعد أن كانت ثابتة وصغر حجمها).

أما الجيل الثالث من الأقمار الصناعية "انتلسات الثالث"، فقد بدأ العمل عام 1968 وتحمل العبء الأكبر عن سابقيه حيث كان يتمتع بطاقة أكبر (1200 دائرة صوتية، أي ما يعادل أربع شارات تلفزيونية). ثم تلاه الجيل الرابع من 1971 إلى 1980. وفي عام 1981 أطلق الجيل الخامس الذي كان يتكون من خمسة أقمار صناعية. وبعد عامين حيث أطلق الجيل الخامس المعدل

الذي كان يضم ستة أقمار صناعية.

والملاحظ هنا، هو التطور الهائل في المجال التقنية والتكنولوجي الذي يحدث من جيل إلى جيل ، والمتمثل في زيادة قدرة البث، تعدد الدوائر الصوتية، تحسين العمر المتوقع، زيادة التيارات التلفزيونية وانخفاض تكلفتها السنوية".

- "**مجمع انتر سبوتنيك أو أوربيتا**":

على غرار مجمع "انتلسات"، بذل الإتحاد السوفييتي ودول المعسكر الإشتراكي السابق مجهودات معتبرة في مجال الفضاء الذي كانوا فيه سباقين، وذلك بإنشائهم شبكة اتصال خاصة بهم هي "الانترسبوتنيك " (Intersputnik) عام 1968 (دخلت حيز التنفيذ عام 1971) و بخلاف مجموعة "انتلسات" يعتمد نظام الانترسبوتنيك على التزامن مع دورة الكرة الأرضية باستعمال الأقمار الاصناعية التتابعية، أي بإطلاق مجموعة من الأقمار غير المتزامنة مع دورة الكرة الأرضية. وتتكون شبكته أساسا من قمرين سوفييتيين (ستاسيوستار أربعة و خمسة)، يقعان في المدار الثابت، أحدهما فوق المحيط الأطلسي والآخر فوق المحيط الهندي، وكلاهما أكثر قوة من أقمار الجيل الخامس لشبكة الانتلسات، ومن ثم فالمحطات الأرضية المتصلة بها أقل تكلفة وأصغر حجما.

وهناك مجمعات إتصالية أخرى، **أهمها المجمع الأوروبي**. وللدول العربية مجمعها أيضا، وهو عبارة عن قمر صناعي شبيه بالمظلة، يدعى "**عربسات**" (Arabsat) (المؤسسة العربية للإتصالات الفضائية). يتكون

هذا المجمع الإتصالي العربي من ثلاثة أقمار صناعية : وضع قمران منها في المدار، أما الثالث فقد أعدّ ووضع في الاحتياط منذ عام 1987. إنّ «عربسات» يغطي العالم العربي من المحيط إلى المحيط ويتمتّع بإمكانية البثّ لمدة ستة عشرة ساعة في اليوم. كما أنّ له قناتان تلفزيونيتان، مصلحة هاتفية، خدمات متحركة ونظام لنقل المعطيات. وتوجد محطة التحكم فيه الرئيسية في العربية السعودية، الممول الرئيسي له بـ 26,2 % من إجمالي رأس ماله. أما التبادلات العربية "المناسباتية " عبر "عربسات" فيشرف عليها " إتحاد إذاعات الدول العربية" (A.S.B.U.) الذي يوجد مقره بتونس. أما "عربسات" نفسه فتشرف عليه المنظمة العربية للاتصال الفضائي التي أطلقت أول جيل منه عام 1985. مع الملاحظة أن عمره الزمني (سبع سنوات) انتهى دون أن تستنفذ من قدراته سوى عشرة بالمائة فقط أو أقل في الإتصالات التقليدية، كالبريد والهاتف والتلكس. مما أدى بالبعض إلى اعتبار المشروع كلّه مظهرا من مظاهر هدر الإمكانات العربية وتبذيرها (ن.ع. الجردي : 1985، ص ص 215-221 و راسم محمد الجمال : 1991، ص ص. 278-287 و E.Hanna Elias : 1993, p.104).

ويرجع عهد العرب بالإتصالات الفضائية إلى البدايات الأولى لشبكات الفضاء الدولية، إذ شاركت إثنا عشرة دولة عربية في تأسيس "منظمة انتلسات" و "الإتحاد المالي الدولي" المشرف عليها. وقد سمحت لها أسهمها التي بلغت 1,72 % من إجمالي رأس المال من الحصول على مقعد واحد مثلتها فيه لمدة طويلة الجزائر (التي كانت أول دولة في العالم تستأجر من

الإتلسـات قنوات للاسـتـخـدام الداخلي) (أحـمـد راسم الجـمـال : 1991 ، ص ص 278-287).

والملاحظ الآن، أنه بعد فترة الثمانينات المتميزة بندرة الإحتياجات الإتصالية والإعلامية الفعلية المحلية والجهوية ووضعية غالبية نظم الإتصال الوطنية ذاتها المتخلفة، فقد انتقل العالم العربي في فترة التسعينيات إلى التوجه نحو التضخم والفوضى في هذا المجال، حيث أصبحت كل دولة تريد قناة فضائية خاصة بها أو أكثر، منفردة أو حتى بالتعاون مع دول غربية. أجنبية وهذا ما حدث مع دول شمال إفريقيا والخليج العربي وعلى رأسهما السعودية ومصر، مما اضطر" إتحاد الإذاعات العربية" للإجتماع بتونس في أكتوبر 1994 لبعث التنسيق العربي من جديد وتنظيم المجهودات العربية في استغلال الإتصالات الفضائية.

إستعمال الأقمار الصناعية :

إن استعمال الأقمارالصناعية لا يقتصر على الإتصال التلفزي بل تعدت خدماته لمجالات أخرى. وعلى العموم يمكن تلخيص أهم استعمالاته فيما يلي :

1 - **التلفزيون** : يستعمل القمر الصناعي في نقل الأحداث الحية التي لها سمة دولية، كمشي الإنسان فوق سطح القمر، ونقل الدورات الأولمبية، أو استقبال رؤساء الدول، أو برامج المنظمات الإقليمية والدولية.

2 - **الإتصال الهاتفي** : لقد سهل القمر الصناعي الإستعمال الهاتفي بين الدول المشتركة وذلك إبتداء من عام 1968 حيث أصبح الإتصال

الهاتفي فوريا، قليل التكلفة، عديم الإضطرابات والتخافتات والتشويش.

3 - **الخدمة التجارية :** كما سهلت الأقمار الصناعية الخدمات لشركات الطيران الدولية والملاحة البحرية، وذلك بمدها ببيانات حية عن الإرصاد الجوية وخرائطها وتسهيل عملية الحجز وغيرها.

4 - **التنقيب عن الثروات :** تمكن الأقمار الصناعية من تحديد المواقع الجغرافية للثروات الموجودة في باطن الأرض أو في قعر البحار. كما تمكننا من معرفة الأماكن الأكثر ملاءمة لزراعة المحاصيل الزراعية.

5 - **الأهداف العسكرية :** يسهل القمر الصناعي عملية التجسس الفضائي بالتقاطه الصور وبثها فوريا، قبل وأثناء وبعد العمليات الحربية (ن. ع. الجردي : 1985، ص. 224 و محمد راسم الجمال : 1991، ص 277).

اللافتة الإعلامية

بعد اختراع المطبعة (عام 1436) وبروز الصحافة إلى الوجود ظهرت الحاجة إلى الإعلان أو الإشهار.

فقد رافق الإعلان، الذي كان يطلق عليه إسم «نصائح أو إرشادات» الصحافة منذ أوائل عام 1625. ومع تطور الثورة الصناعية التي عرفتها أوروبا في القرن 19، شهد «الإعلان» أول نقلة كمية ونوعية وذلك تحت ضغط طلبات القطاع الصناعي الذي استعان به في الترويج لبضاعاته وتصريف منتوجاته الصناعية. ونتيجة لذلك أصبحت الإعلانات من أهم إيرادات الصحف والمجلات وعنصر أساسي في إقتصاد السوق.

وفي العشرينيات من هذا القرن دخل الإعلان عالم وسائل الإتصال السمعية (الراديو) باحتشام، كما رافق إستعمال وانتشار التلفزة بعد الحرب العالمية الثانية (أحمد عادل راشد : 1981، ص ص 9 - 12).

وإذا كانت الصحف من أقدم الوسائل الإعلانية والتلفزة أهمها، فإن هناك طرق عديدة لنشر الإعلان ووسائل متنوعة لحمل رسائله. ومن أهم هذه الوسائل التي لم يسبق ذكرها : الأفلام السينمائية، البريد واللافتات الإعلامية بمختلف أنواعها (الرسم الجداري، الملصقات بوسائل النقل، لافتات المحلات، اللافتات المنقوشة أو المضيئة، إلخ).

هذا وتعتبر اللافتات من أقدم وسائل الإتصال الحديثة، ومع ذلك فهي لاتزال تحتل مكانا هاما في الجهاز الواسع لوسائل التأثير الإعلامي. كما

أصبحت جزءا لايتجزأ من ملامح المدن وميزة أساسية من مميزات الحياة المعاصرة، وخاصة في الدول المتطورة أين بلغت حدود الإدمان... مما أثار حفيظة علماء النفس والإجتماع والبيئة.

وإذا كانت اللافتة الإعلامية غير قادرة بالطبع على منافسة وسائل الإتصال الحديثة، وخصوصا الصحافة والتلفزة، بسبب ضآلة قابلية قناة إتصاله على الإنتقال نسبيا، فإنها ملأت الشوارع ووسائل النقل قبل أن تغزو كل هذه الوسائل الحديثة نفسها. ثم إنها، وفي ظروف عدم توفر الوقت والتوتر الإنفعالي والقلق العام المميز لحياتنا المعاصرة، تتغلب اللافتة الإعلامية بسهولة على الكثير من الحوافز النفسية الناتجة عن الإرهاق والأحكام المسبقة المتحاملة وسلبية الإنتباه التسرع. فهي، ولتأثيرها على المشاهد بالتعبير الفني العاطفي أكثر منه بالنص المفسر، يتم استيعابها بصورة أدق وأسرع، وترسخ في الذهن أكثر من كثير من الرسائل المبثوثة والمنشورة في وسائل الإتصال الأخرى. وهذا مايفسر الرواج الهائل لهذه الوسيلة في الوسط الإعلامي والإتجاه الواضح لتغلغلها الفعال إلى الصحافة والراديو والتلفزة. وتؤيد هذا الرأي النتائج التي توصل إليها علم النفس الإجتماعي وعلم الجمال. وبالفعل -حسب «و. لارمان»- «حتى أن أبسط الإنطباعات الجمالية لا تقتصر أبدا على الإنعكاس المجرد، فهي تقويمية، ومصبوغة بالصبغة الإنفعالية، منذ بدايتها» (كوليانوسكي وآخرون : 1978 ، ص. 117). كما يؤكد صحة هذا الرأي تاريخ الإعلان المصور، وخصوصا تاريخ اللافتة الإعلامية.

هذا، وأن اللافتة الإعلامية تصلح أساسا لمخاطبة جمهور عام، غير

موحد الصفات والميول والإهتمامات، وتحمل رسائل ذات طابع عام (الإرشادات والنصائح العامة، الصحية،الزراعية، التربوية ... الترويج للسلع ذات الإستخدام العام، الحملات السياسية العامة، إلخ.). وهي عادة ما تستعمل لأغراض تجارية، سياسية أو تربوية، كما أنها تعتبر نسبيا وسيلة مناسبات، حيث يكثر إستعمالها في مناسبات معينة وعلى شكل حملات إعلامية مكثفة ومنتظمة، وفي حجم كبير وملفت للنظر من بعيد.

إن اللافتة الإعلامية تدعى بحق «فن الشوارع»، فقد أصبحت ملامحها ومظاهرها من أهم محطات التجول في المدن، فهي تلبي حاجة الإنسان الطبيعية إلى الإستمتاع الجمالي وإلى العواطف الجياشة التي يقدمها له إستيعابه لرسائل اللافتات الإعلامية ومعالجته العقلية لها. ولكنه قد يعاب عليها أن رسائلها تتأثر في معظم الحالات بجهل المعرضين لها للقراءة، وأن جمهورها محدود بالحيز المكاني الذي تعرض فيه.

إن من شروط فعالية اللافتات الإعلامية وقوة تأثيرها التي تميزها عن غيرها من وسائل الإتصال الأخرى، ما يلي :

- الإقتران العضوي بين عمق الموضوع ونضوجه الفكري وبين الروح الفنية العالية للوسائل المستخدمة في التعبير عن هذا الموضوع.

- ضبط توقيت ظهور محتواها، إذ لا يحق للافتة أن تتأخر بل يجب أن تظهر قبل أو مع ظهور الحدث أو بعده مباشرة (ممهدة أو مفسرة أو مقومة).

- ضرورة أن تكون لغتها مختصرة وبليغة و«إصطلاحية» تصل حد المفاجأة وعدم التوقع، لأن محدودية وإيجاز الوسائل التصويرية في اللافتة

تقتضي ذلك.

- ضرورة أن تكون رسالة اللافتة مؤثرة وفعالة كطلقة نارية، وأن تكون قابلة للقراءة والإستيعاب من النظرة الأولى (كوليانوسكي وآخرون : 1978، ص ص. 224 - 228).

الخطاب الجماهيري المباشر، وسيلة إتصال متجددة

لقد ارتأينا أن نحسن ختام هذا العرض الموجز لأهم وسائل الإتصال الحديثة بأهم وأقدم وأنجع وسيلة إتصال عرفتها البشرية، ألا وهي الحديث الجماهيري المباشر ... هذه الوسيلة القديمة المتجددة، والتي رغم التطور الهائل الكمي والنوعي لوسائل الإتصال الحديثة، ما زالت أداة هامة في الصراع الثقافي وأنجع وسيلة إقناع في عصرنا هذا. ونظرا لحيويتها المستمرة وقدرتها الفائقة المتجددة في توجيه الرأي العام، فضلنا إدراجها كختام لهذا السرد، معتمدين في ذلك أساسا على كتاب علم النفس الإجتماعي وقضايا الإعلام (كوليانوسكي وآخرون : 1978، ص ص. 186 - 209).

إن التطور المطرد الكمي والنوعي والمؤسساتي لوسائل الإتصال لم يقلل من أهمية وسيلة أساسية مثل الخطاب الجماهيري المباشر.فالإجتماع والمحاضرة والحفلة الخطابية والمهرجانات الثقافية والعلمية والسياسية، صيغ مألوفة أثبتت نجاعتها في العمل العلمي والسياسي والتجاري والتربوي بين الجماهير. لذلك لازلنا نلاحظ في الظروف الراهنة إهتماما متزايدا بالإتصال الشفهي وفن الخطابة الذي أصبح الآن يدرس في غالبية المؤسسات والمراكز العلمية.

وسنحاول فيما يلي بحث الطراز النفسي - الإجتماعي واللغوي للحديث الخطابي، وذلك من أجل تحديد مجمل العوامل الإجتماعية والنفسية واللغوية

المرتبطة بالحديث الجماهيري المباشر:

حسب نظرية الإتصال، يتوقف نجاح أو فشل الحديث الجماهيري، في كل حالة معينة، على صفات كل عنصر من عناصر الشبكة الإتصالية ووضعه : أي الخطيب (المحاضر أو المتحدث) والخطبة (المحاضرة أو الحديث) والجمهور، بالإضافة إلى العلاقة المتبادلة بين العناصر الثلاثة :

أ - إن الصفات الأساسية المساعدة على نجاح حديث الخطيب والواجب توفرها فيه تتلخص فيما يلي:

على اعتبار أن الخطيب، بخلاف الصحفي مثلا، ليس مجرد مؤلف لمادة الخطبة أو الحديث، بل هو أيضا «مخرج» و «منفذ» لها. لذا يجب أن تكون لديه القدرة على إعداد الخطبة والوقوف أمام الجمهور، ولديه الصوت والإيماء وحركات اليدين المناسبة، ويستجيب لسلوك جمهوره ويوجهه ويستحوذ على انتباهه.

وبشكل عام تعتبر المعرفة العميقة لمادة الخطبة شرطا أوليا من شروط نجاح الحديث الشفهي الجماهيري. كما يعتبر الإرتجال الخطابي أسمى صور الفن الخطابي لما يضفيه على الخطبة من حماسة أكثر وعاطفة أقوى وهيبة أزيد، مما يجعله يؤثر بصورة أقوى على الجمهور. غير أن عربون النجاح في الإرتجال الخطابي، هو المعارف الواسعة والعميقة وقوة الذاكرة وسرعة البديهة. أما الخبرة الكبيرة التي يكتسبها الخطيب في نشاطه فهي عنصر أساسي أيضا، بالإضافة طبعا إلى نوع من الهبة الإلكهية التي تمثلها الإستعدادات الفطرية لذلك.

ولاشك بأن صفات الخطيب الفيزيقية وميزاته الصوتية الجيدة من قوة ومرونة هي الصفة «التنفيذية» الهامة للخطيب والشرط الموضوعي الأول لنجاح الحديث الجماهيري المباشر.

وهناك صفة أخرى هامة من صفات الخطيب، تساعد على نجاح رسالته وهي هيبة الخطيب ونفوذه الإجتماعي وصفاته الخلقية، لأن هذا العامل يجعل الجمهور يمنح ثقته «مسبقا» للمتميز به. فثقة الجمهور بالخطيب عامل هام من عوامل الإيحاء، لأن رد الفعل النقدي يحل محله نشاط إستقبالي وإيحاء ذاتي. حيث ينتقل الجمهور من الإعتراف بفضائل شخص معين إلى الإعتراف بصحة آرائه وأحكامه ... ولكن عندما نتحدث عن ظهور الفرد في عملية الإتصال، فإننا نقصد غالبا، خصائص الإنسان «الإجتماعية» متناسين أهمية صفاته الجسدية، في حين أن العنصر الإجتماعي والشخصي مرتبطان أشد الإرتباط في عملية الإتصال.

وفعلا فإننا نحاول تكوين الإنطباع الأول عن الخطيب قبل الإستماع إلى حديثه، من خلال مظهره الخارجي. وهذا أمر عادي وسبر طبيعي في عملية تعرف الإنسان على الإنسان. ويقدم لنا علم النفس معطيات محددة عن آليات إدراك المظهر الخارجي للإنسان، يجب على الخطيب معرفتها.

إن العناصر المميزة والأكثر أهمية في ذلك هي كما أثبتت الأبحاث والدراسات المتخصصة : القامة، العينان، الشعر أو غطاؤه، الإيماء، الأنف، خصائص تكوين البنية واللباس ... وتركز غالبية الناس إهتمامها في عملية التواصل على وجه الخطيب وخاصة المركز المرئي منه (العينين). وكل ذلك

يشكل أجزاء هامة من جهاز حركي (Organe Cinétique) إضافي للإتصال، يربط الخطيب بالجمهور.

ب - أما بالنسبة للخطبة (المحاضرة أو الحديث الجماهيري)، فبمأنها حديث صوتي، فهي تتميز عن الحديث المكتوب بالعديد من الخصائص، تتحكم فيها الشروط الفيزيولوجية التي يجري ضمنها الحديث الشفهي ومنها : القوة التعبيرية التي يصبغها عليها الصوت البشري بقوته ومرونته المناسبة لجميع المقامات، البساطة والإيجاز والجمل القصيرة والمتقطعة بدون حروف عطف والحوار المباشر أحيانا ... كل ذلك يزيد من قوة ونفوذ الإتصال المباشر. هذا بالإضافة إلى كونه يتميز بالمباشرة الحية وإنعدام أي نوع من الحدود الفاصلة بين المرسل والمستقبل، مما يزيد من فاعليته.

ومن جهة أخرى يمكن تصور علاقة «الخطيب - الجمهور»كجهاز تنظيم آلي، تشكل الصلة العكسية (الرجعية) أهم مقاييسه. وبالفعل فالخطيب، ولوجود جمهور «مكشوف»أمامه، وبإرساله الرموز الصوتية، يحصل في الوقت نفسه، وبصورة مستمرة، على معلومات معينة عن تأثير خطبته في جمهوره عن طريق مختلف صور ردود فعل هذا الأخير. ونتيجة لذلك فهو يملك إمكانية تصحيح خطبته أو تعديلها بالشكل المناسب، وهي ميزة لا تتوفر في أية وسيلة أخرى من وسائل الإتصال الجماهيري.

جـ - وأما بالنسبة للجمهور الذي يعتبر هدف الرسالة الإعلامية فهو يختلف عن جمهور الوسائل الأخرى لأنه دائما على تماس وثيق فيما بين أفراده وبينه وبين الخطيب، أي عبارة عن وحدة معينة كبيرة أو صغيرة من الناس

(جمهور محاضرة، ندوة، مسيرة، تجمع ...) في تفاعل مباشر، خلافا لجمهور التلفزيون أو الراديو المتفرق على الأقل مكانيا. كما أنه غالبا ما يتميز بتنظيم معين ويملك «عقوبات ومكافآت إجتماعية» معينة، ذات طابع تلقائي وعفوي في غالب الأحيان، يطبقها على الخطيب مثل : التصفيق وترديد الشعارات والصياح والضجيج والصفير ...

إن الدراسات التي اهتمت بسلوك مثل هذا الجمهور «المفتوح» أظهرت عنده إتجاهات بديهية واضحة. فمن المبادئ الرئيسية التي أقرها علم النفس الإجتماعي، هو أن أية جماعة منظمة لا يمكن اعتبارها مجرد مجمرع الأفراد المشكلين لها. فالجماعة تنشط عادة عمليات تفكير الفرد وإرادته وتزيد من حدة إحساسه وشعوره وإدراكه، فتعرضه «لضغط القُطيع» أو «رد فعل العدوى» أو «رد الفعل المتتابع» ... إن هذه الصفة، صفة المشاركة في العواطف والإنفعالات، أو «العدوى النفسية» تشكل ميزة من المميزات الرئيسة للجمهور المفتوح، ويجب مراعاتها حتما في الحديث الجماعي أو الجماهيري المباشر.

كما يتوقف سلوك الجمهور أيضا على تجانسه،أي على درجة نوعيته وتركيبه، ووحدة مواقفه واهتماماته ... فإن أية فئات تشكل جمهورا «مفتوحا» تحوز مهما اختلفت (من حيث مستوى التعليم، الناحية الإجتماعية، الإنتماء المهني، السن، الجنس ...) على وحدة دنيا من المواقف على الأقل. غير أن الإختلاف في درجة الوحدة يحدد إلى حد كبير، سلوك الجمهور.

المبحث الثالث

مقارنة بين أهم وسائل الاتصال

تمهيد

- مقارنة بين بعض وسائل الاتصال (من حيث الفهم، الاندماج، التذكر، الاقناع)
- استنتاجات عامة

مقارنة بين أهم وسائل الإتصال الجماهيرية

تمهيد :

إن وسيلة الإتصال هي ما تؤدى به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل . ففي أية عملية اتصال ، يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته ، إما شفويا أو بواسطة الإتصال الجماهيري (سمعية، بصرية، سمعية- بصرية)، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست هي الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تتشخص في هيكل التواصل كله... بمعنى، أن االجريدة مثلا بدون مطبعة وبدون موزع ليست وسيلة إتصال (محمد سيد محمد: 1986، ص 68).

ومن جهة أخرى، قد يكون لوسائل الإتصال معنى مزدوجا: عندما يشير إلى الطابع الوسيطي، المتوسطي أو الوكيلي لوسائل مثل التلفزة، الراديو، الصحافة، إلخ. كما قد يتخذ معنى المحيط، الوسط أو الجو العام الذي تندرج ضمنه الأخبار، الإعلانات، الخ.

إن وسائل الإتصال، بإعتبارها "وسائط "، ينطبق عليها وصف "م. ماكلوهان" لوسائل الإتصال بأنها : «إمتدادات للإنسان». ولكنها بإعتبارها " الوسط "، فإنها تتفق أكثر مع العبارة الشهيرة لـ " ماكلوهان" : «الوسيلة هي الرسالة» (Leon. J. L. : 1989, p . 117).

ونحن نعتبر هنا، أنه يمكن الجمع بين المدلولين إذا اعتبرنا أن طبيعة الوسيلة هي جزء هام من الر سالة ولكنها ليست كل الرسالة. بمعنى أنه إذا كان للرسالة ولخصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المستقبل، فإنه

قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم في ذلك. وقد يصل الأمر إلى حد جعل لكل وسيلة رسالتها (فيما يتعلق بتأثيرها على المستقبل طبعا) وذلك بالرغم من الإنطلاق من نفس الفكرة، المفهوم والهدف.

وتجدر الإشارة هنا الى أننا لم نأخذ بعين الإعتبار الإختلاف الواضح الموجود بين طبيعة ونمط هذه «الوسائل، الأدوات، الأساليب،التقنيات، الطرق أو الوسائط » عند تصنيفنا لها ضمن «الوسائل»: فالحديث المباشر غير الحمام الزاجل، والمناظرة غير الراديو مثلا، الخ.

مقارنة بين بعض وسائل الإتصال:

إن المقارنة بين مختلف وسائل الإتصال الجماهيرية يجب أن تأخذ بعين الإعتبار المستويات المختلفة لعملية الإتصال، مثل الفهم ، التعلم، الإقناع، أو سعة الإستقبال...

إن الرأي الشائع في مجال المقارنة بين الوسائل، والذي يفترض تفوق الوسائل التي تؤثر في نفس الوقت على أكبر عدد ممكن من حواس الإنسان، أصبح محل اعتراض من طرف عدد متزايد من الباحثين الذين يجمعون على أن الإمكانيات النسبية لمختلف وسائل الإتصال تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى، وفقا للجمهور الذي توجه إليه وتبعا لشكل ومضمون الرسائل الإعلامية. وبصفة عامة، لا يمكن تفضيل أية وسيلة عن الأخرى إلا بعد معرفة طبيعة موضوع الرسالة، الجمهور المقصود والظروف والعوامل المختلفة المتعلقة بالموضوع الإعلامي المطلوب.

وسنعرض فيما يلي سلسلة من الدراسات الميدانية التي عالجت المقارنة

بين بعض وسائل الإتصال الجماهيرية : المطبوعة، السمعية والسمعية البصرية، والتي بالرغم من إختلافها في تناولها لهذا الموضوع من حيث المنهجية والمتغيرات التي أخذتها بعين الإعتبار، إلا أنها وصلت إلى نتائج متكاملة ويدعم بعضها البعض في معظم الأحيان (Jose Luis Leon : 1989 , pp. 154 --158)

مبدئيا يبدو أن الوسائل المطبوعة بإمكانها أن تسهل فهم محتويات الرسائل أكثر من الوسائل السمعية البصرية، وذلك للسببين التاليين :

- إن رسائل الوسائل السمعية البصرية معقدة أكثر بسبب كثرة المنبهات البصرية والشفوية المرافقة لها وكذا العناصر الثانوية (اللباس، تعابير الوجه،...) التي قد تشوش على لب الرسالة. وبالطبع، فإن هذا التقدير يتعارض مع النظرية التي تقول بأن إحتمالات الإتصال الفعال تزداد كلما ارتفع عدد الحواس المشاركة في عملية الإتصال.

- إن المادة الإتصالية للوسائل المطبوعة تتيح للقارئ الفرصة لكي يعرض نفسه أكثر من مرة على الرسالة، كما تسمح له بالسيطرة على ظرف التعرض وتكييف وقت القراءة مع قدراته الخاصة وسرعة فهمه.

وعلى العكس من ذلك، فإن هناك عامل آخر قد يؤيد فكرة أن الرسائل السمعية البصرية أسهل للفهم من المطبوعة، ألا وهو كون إدراك الصور عملية أسهل من إدراك المفاهيم عبر الكلمات.

نجاح المطبوع في تحقيق فهم أحسن :

إن من أهم الدراسات المقارنة التي عالجت إختلاف قدرة الوسائل على تسهيل الفهم، هي التي أنجزها "جاكوبي وآخرون" (Jacoby et al.) عام 1983

. وكان الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو تحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة فيما يتعلق بفهم نفس الرسالة عندما تصدر عن إحدى الوسائل الثلاث : المطبوعة، السمعية أو السمعية البصرية. وقد توصلت إلى عدة نتائج كان أهمها :

- فهم أحسن للرسائل المطبوعة وذلك حتى في حالة تحديد الوقت المخصص للقراءة.

- عدم وجود فوارق في نسبة الفهم بين الوسائل السمعية والسمعية البصرية.

وبالرغم من أن دراسات أخرى جعلت نجاح المطبوع في تحقيق فهم أحسن مقتصرا على الرسائل المعقدة، فإن هذه الدراسة أثبتت بأنه قد يحدث ذلك أيضا في حالة الرسائل الإعلامية القصيرة والبسيطة نسبيا، مثل مختصرات الأخبار والرسائل الإشهارية.

الجمهور أكثر إندماجا مع رسائل المطبوع :

أما على مستوى آخر من المقارنة بين مختلف الوسائل، فيمكن الإشارة إلى عنصر هام ، سبق التلميح إليه، يتعلق بالوسائل المطبوعة، ويتمثل في تحكم القراء في عرض أنفسهم على كل صفحة من صفحات المطبوعات، بخلاف ما يحدث مع التلفزة مثلا. ففي الوسائل المطبوعة، يجب على القراء «إختيار الرؤية»، وعلى العكس من ذلك على مشاهدي التلفزة «إختيار عدم الرؤية». وهناك فرق جوهري بين وجوب إختيار العرض على الرسالة وبين وجود منع العرض عليها، وخاصة إذا كانت حالة المنع هذه أكثر استغراقا من الحالة

الأولي.

وفي هذا الإطار قارن «أبقيقان وأونيل» (Abgueguen et O'Neill , 1982) بين مدى إندماج الفرد مع إعلانات كل من المجلة (L'Express) والتلفزة، معتمدين في ذلك على دراسة الإرتباطات الذهنية المتعلقة بسلسلة من المنتوجات المعلن عنها. وذلك عند ثلاث عينات: قراء المجلة معرضين لإعلاناتها، قراء المجلة يشاهدون الإعلانات في التلفزة وأخيرا مشاهدو التلفزة عموما. وبعد أن قارنا بين العرض على التلفزة والمجلة، توصلا إلى عدة نتائج كأن أهمها : أن عدد الإرتباطات الشخصية كان كبيرا فيما يتعلق بوسيلتي الإتصال على حد سواء، لكن هذا العدد كان أعلى منه في حالة المجلة (0,56 إرتباطا لكل شخص / رسالة). وأن هذا التفوق العلائقي للمجلة ثابت بالنسبة لجميع أصناف المنتوجات المعلنة :

السمعي البصري أفضل وسيلة لتذكر الرسائل وتعلمها ؟:

أما فيما يخص تذكر مضامين الرسائل وتعلمها، فقد يختلف الأمر تبعا لظروف التعرض للرسائل، فإذا أجبرت العينة على «مشاهدة / قراءة» عدد محدد من الرسائل الإعلامية - مثل ما هو الحال بالنسبة لمعظم الدراسات الميدانية في مجال الإتصال-، فإن الوسائل المطبوعة تتفوق على السمعية البصرية في الوصول إلى تعلم المادة الإتصالية. أما إذا تركت الحرية لأفراد العينة في مشاهدة أو عدم مشاهدة الرسائل - وهو الأمر الذي يحتمل حدوثه أكثر مع الوسائل المطبوعة-، فإن مستويات «التذكر / التعلم» قد تكون أكثر إنخفاضا في حالة الوسائل المطبوعة، إذا قورنت مع التلفزة؛ بمعنى أنه إذا «قرأ

« شاهد » الجمهور بإنتباه، قد يتعلم أحسن عن طريق القراءة، لكنه في الظروف العادية التي يكون فيها الإنتباه إنتقائيا، فإن التلفزة قد تمنح فرصا أقل لنفس الجمهور لكي يتجنب المادة المعروضة.

إن هذه المفارقة هي التي قد تفسر بعض النتائج المتناقضة التي توصلت إليها بعض الدراسات في هذا المجال، وفيما يلي أهمها :

- تمثل أعمال «برلسون وآخرون» (Berelson et al .1977) إحدى أولى الدراسات التي عالجت التفاوت بين مختلف وسائل الإتصال في إثارة تذكر الرسائل لدى الجمهور بصنفية : كثير التعرض للوسائل وقليل التعرض لها. وقد عبرت النتائج عند كلا الصنفين عن تفوق الراديو على كل من اليوميات والمجلات....

- عندما درس «ولسون» (Wilson, 1974) أثر الوسيلة في فقدان المعلومات إنطلاقا من النشرات الإخبارية اليومية، وجد بأن ذلك يحدث بنسبة أكبر مع الراديو والتلفزة (79,92%)، ولكن بفارق ضئيل عن الصحافة (72,83%).

- قام «سوالن» (Swallen, 1983) من جهته بدراسة مقارنة بين التلفزة والمجلات في مجال تذكر الرسائل الإعلانية، أكد من خلالها تفوق التلفزة بمعدل أزيد من 70% من درجة تذكر الجمهور، على المجلات (48,6%). بينما بلغت درجة التذكر عند إستعمال الوسيلتين معا 82,8% ، مما يؤكد تكامل الوسائل.

- أما «كلاين» (Klein, 1981) فقد توصل في بحثه إلى نتائج مختلفة عن نتائج الدراسات الثلاث السابقة، بحيث كانت أعلى مستويات

التذكر من نصيب الراديو (25%) والصحافة (24,8%)، بينما تحصلت التلفزة على أدنى مستويات التذكر (18,6%).

وعلى العموم، لا يسعنا في مجال المقارنة هذه سوى طرح فرضيات وتغليب الظن، تجنبا للأحكام المطلقة.

تفاوت وسائل الإتصال في الإقناع :

يمكن القول أن خصائص الوسائل تنتقل إلى رسائلها وتؤثر على نظرة الجمهور إلى هذه الأخيرة وخاصة إذا اعتقدا الجمهور بأن الوسيلة المعنية هي مصدر الرسالة أو الخبر. وإذا كانت الوسيلة تتمتع بثقة جمهورها، فإن قدرتها الإقناعية تكون عالية. كما أن تعرض هذا الجمهور عدة مرات لنفس الرسالة يزيد من فعاليتها... ومع ذلك، فإن خلاصة العديد من الدراسات - حسب «كلابر» (Klapper, 1974)- تشير إلي أن «التأثر الشخصي (الإتصال المباشر) أكثر إقناعا على العموم من أية وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيرية (Jose Luis leon : 1989, p. 152).

ولكنه على العموم، وفي العديد من الحملات الإقناعية،لا تطرح مسألة الإختيار بين المصادر الشخصية والوسائل الجماهيرية بسبب أفضلية استعمال كليهما «إن الإستعمال المركب لمختلف الوسائل الجماهيرية بالإضافة إلى الإتصال الشخصي المباشر، الرسمي أو غير الرسمي، يعتبر تقنية إقناع فعالة جدا» (J. L. Leon : 1989, p. 153).

أما إذا تعذر الجمع بين مختلف الوسائل، فلا بد من معرفة أيها أكثر مساعدة على الإقناع. وفي هذا الإطار قام «شرمان» (Sherman, 1985)

بدراسة مقارنة لمعرفة ما إذا كانت فوارق في القدرة على الإقناع بين الوسائل غير المطبوعة مثل الراديو والتلفزة. فكانت النتيجة بالرغم من وجود فوارق تبعا لنوع الرسالة، فإن الرواية السمعية والسمعية البصرية لنفس الرسالة تؤدي إلى نتائج متقاربة.

والواقع أنه من غير المجدي البحث عن جواب موحد وثابت يدلنا على أية وسيلة أكثر إقناعا من غيرها. إن الشئ الوحيد الذي أبرزته الدراسات التجريبية المقارنة بين الوسائل يتمثل في تغير الفعالية الإقناعية للوسائل تبعا للظروف. وهو الأمر الذي أثبتته دراسة مقارنة معقدة ومستفيضة بين المجلات والتلفزة : «سبيث» (Speath, 1983) . فبالرغم من حجم الدراسة (خمسون ألف مستجوب، حول خمس منتوجات، في ست مدن وبميزانية ضخمة)، فإنها لم تتوصل إلى إجابة صالحة للتعميم عن سؤال ما إذا كانت التلفزة أكثر إقناعا من المجلات، أو العكس.

بالرغم من أن دراسات «السوق» تتميز بمصداقية أكبر من الدراسات «المخبرية» لإجرائها في وسط وظروف «طبيعية»، فإن هناك نقطة مهمة بإمكان هذه الأخيرة مقاربتاه بطريقة مقبلوة، وتتعلق هذه النقطة بتحليل مفاهيم جزئية قد يكون لها دور مهم في تفسير نتائج الدراسات المثقارنة بين الوسائل. وفيما يلي نتائج ثلاث دراسات مخبرية تمثل تقدما مهما في مقارنة القوة الإقناعية للرسائل عن طريق عناصر محدودة من الرسائل الإتصالية.

جرب «شيكن وإيقلي» (Chaiken, Eagly : 1976) فرضية مؤداها أن الوسائل المطبوعة أفضل من السمعية البصرية للمواد المعقدة والعكس بالنسبة للمواد سهلة الفهم. وكان الهدف من الرسالة، التي أنتجت بثلاث طرق :

مطبوعة، سمعية وسمعية بصرية، هو شجار قانوني، يدافع من خلاله مصدر إقناعي (وسيلة إتصال) عن مظهر محدد. واستعملت روايتان لنفس الرسالة، إحداهما صعبة الفهم، تحتوي على جمل طويلة وكلمات معقدة، والأخرى أسهل، ذات جمل قصيرة وكلمات عامة. كما أدخل متغير "الثقة في المرسل".

بالنسبة للرسائل المبسطة، فإن التقديم السمعي البصري كان أفضل من المطبوع، ولكنه حدث العكس فيما يتعلق بالرسائل المعقدة. أما متغير الثقة في المرسل، فلم يكن له أثر إقناعي إضافي يذكر. ومن جهة أخرى، فإن قلة تسلية الرسالة المطبوعة تؤدي إلى فهم أكبر، ومن ثم إلى تغير أكبر في الرأي؛ ومع ذلك ، فإن هذا الأمر لا يصح إلا عندما تكون الرسالة أصعب. إما بالنسبة للرسائل المبسطة، فإن التسلية وطريقة الإتصال لا توتر تأثيرا ذا معنى على الفهم.

ومن جهتهما قام «أندريولي و ورشل» (Andreoli, Worchel: 1978) باختبار فرضية أن التلفزة أكثر فعالية من الراديو أو المطبوع في إحداث تغيير في الآراء عندما يكون المصدر محل ثقة والعكس إذا كان المرسل أقل ثقة.

أما الهدف من الرسالة، فكان يتعلق بالمراقبة القانونية المحتملة لإستهلاك المشروبات الكحولية ، ويحتوي على مستويين : مع وضد المراقبة. أما الرسائل فكانت ثلاث : سمعية، سمعية بصرية ومطبوعة، والمرسلون أربعة : إثنان «موثوق بهما » وإثنان «أقل ثقة». إتضح من النتائج أن المصادر الموثوق بها كانت فعالة أكثر عن طريق التلفزة من الوسائل الأخرى، بينما المرسلون الأقل ثقة فقد أحدثوا تغييرا أكبرا في الإتجاهات عن طريق الراديو والوسائل المطبوعة.

بالمعلومات بالشكل الذي تقوم به وسائل الإتصال المطبوعة.

- تسمح الوسائل المطبوعة لقارئها بالسيطرة على ظرف التعرض وبتكرار العرض عليها أكثر من مرة.

- يفضل استخدام المواد المطبوعة مع الجمهور المتخصص وصغير الحجم لأسباب مادية وبغية فعالية أكبر.

- من الأفضل تقديم الرسائل الإتصالية المعقدة عبر الوسائل المطبوعة وتوجيهها لجمهور مثقف. وعلى العكس من ذلك، لا يجد غير المثقفين لذتهم في القراءة بل في الإستماع والمشاهدة، وخاصة إذا كانت المادة الإتصالية مبسطة وخفيفة.

- يؤخذ على صناعة السينما كلفة إنتاجها العالية، تعقيد هياكلها (الإنتاج، التوزيع، الإستغلال) وطرق تمويلها، قلة تنوع معروضاتها وعدم تنقلها. وفي مقابل ذلك، فإن كبر شاشة، السينما يجعلها تأخذ بلب المشاهد أكثر من التلفزة مثلا.

- تتميز التلفزة بحيازتها على أوسع جمهور ويليها في ذلك الراديو.

- تساعد سهولة استخدام الراديو وطبيعة برامجه على قلة تركيز واهتمام الجمهور، فهو يستعمل أساسا كمصدر يوفر لجمهوره خلفية ترفيهية أكثر مما يستعمل كهدف للإهتمام المركز.

- وعلى العموم تعتبر الوسائل السمعية البصرية مجالا مفضلا للشعور والعاطفة والغرائز، بينما يلاحظ في الوسائل المطبوعة تأثير أبلغ للحجج والبراهين ومخاطبة العقل على تغيير الإتجاهات.

- إن التأثير السريع تتفوق فيه التلفزة، ولكنه يتلاشى بسهولة أكبر مع

مرور الوقت، بينما تتفوق الوسائل المطبوعة في غرس أمتن للأفكار والمعتقدات بعملها في العمق وذلك بالرغم من ضعف تغطيتها مقارنة مع التلفزة.

- يعتبر الخطاب الجماهيري المباشر أكثر الوسائل فعالية في مجال الإقناع وتدعيم الإتجاه أو تغييره، إذ أنه كلما زاد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع. إلا أن الإستعمال المركب لمختلف وسائل الإتصال يعد أشد وأقوى أنواع الإتصال على الإطلاق.

- أما عن أفضلية الوسائل في تقدير الجمهور، فهي تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن زمن لآخر. فمثلا قدرت عينة من المجتمع الأمريكي (2498) سنة 1960 بأن الصحافة والتلفزة هما أهم الوسائل وذلك بالنسب التالية : الصحافة (38%)، التلفزة (37%)، الراديو (16%) ... (كوليانوسكي وآخرون : 1978، ص. 169).

وفي الأخير لايسعنا إلا أن نؤكد بأنه، وبصفة عامة، لايمكن تفضيل أية وسيلة إتصال على غيرها من الوسائل إلا بعد معرفة طبيعة الموضوع، الجمهور المستقبل، المرسلون وباقي العوامل المختلفة المتعلقة بموضوع الإتصال.


خاتمة

خاتمة

وبعد هذا العرض الموجز لوسائل الإتصال وتطورها، نستطيع أن نؤكد أن هذا التطور المطرد، لم يأتي من فراغ، وإنما تأثر بعوامل كثيرة كما أنه في مقابل ذلك أثر في ميادين متعددة أيضا . «فالتطور المؤسساتي للإعلام يتبع التطور السياسي والإقتصادي والإجتماعي والثقافي الخاص بكل بلد. ويرتبط -في مقام ثان - بثلاثة عوامل خاصة : أحدها، حالة أو مدى التطور المادي للوسائل والتقنيات، وكذلك التطور في البنى وثانيها توسع الوظائف وثالثها إختلاف التصورات حول الحرية وأهداف الإعلام وأنظمة تطبيق هذه التصورات» (Fernand Terrou: 1974, p. 44).

«ويمكن استخلاص نتيجتين من التطور المستمر والمطرد لوسائل الإتصال: أولهما أن هذه التغيرات تمثل إتجاها لا رجعة فيه، والثانية أن العلاقة بين مختلف الوسائل الإتصالية هي أساسا علاقة تكافل وليست علاقة تنافس. فالدول التي تختار التركيز على أسلوب فني واحد، ينبغي ألا تفعل ذلك بما يؤدي إلى القضاء على الآخر وإهماله. وبينما يقال كثيرا أننا ندخل «العصر الإلكتروني»، فليس ثمة ما يشير إلى إختفاء وسائل الطباعة، وسوف تستمر (مستقبلا) كمصادر هامة للإعلام والمعرفة والترويج ....» (ش. ماكبرايد : 1984، ص. 154).

وإذا كان الإنسان يعيش اليوم في ثورة الإتصال الجماهيري، فإن ذلك يرجع أساسا لقوة تأثير وسائل الإتصال الحديثة التي جعلت اليوم تيار

المعلومات الجارف لا يتوقف طيلة الأربع والعشرين ساعة، يلاحق فيها الإنسان أينما وجد وبمختلف المؤثرات الإعلامية (السمعية، البصرية والسمعية البصرية). فلا يكاد يمر عليه يوم واحد حتى يكون قد قرأ، رأى و /أو سمع كما هائلا من المعلومات يفوق قدرة استيعابه اليومية.

ولذلك اشتد التنافس بين موجهي هذه الوسائل لبلوغ مربطي الفرس عند الإنسان، ألا وهما نفسه وعقله. فاستعانوا بجميع إمكانيات العلم والتكنولوجيا الحديثة لتزويد هذه الوسائل ومستعمليها بكل ما يساعد على شد انتباه الإنسان والإستحواذ على نفسه وعقله، بغية التأثير عليه وتوجيهه الوجهة التي يرتضونها له. وللأسف الشديد، فإن مقود معظم هذه الوسائل التي أصبحت لا تعرف الحدود، في يد دول الشمال المتقدمة وعلى رأسها أمريكا.

ونظرا لخطورة هذا الأمر، فلا يسعنا إلا أن ندخل معركة الإتصالية بقوة وعزيمة ونرفع هذا التحدي ببذل المزيد من الجهد العلمي،الفني، التنظيمي والمادي.

المصادر والمراجع العامة

المصادر و المراجع العامة

1 - المراجع العربية :

1 - القرآن الكريم (رواية حفص)

2- أحمد عادل راشد : الإعلان، بيروت، دار النهضة العربية، 1981.

3 - أحمد كمال أحمد : العلاقات العامة في المجالات الإجتماعي والإنسانية، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1967.

4 - أحمد المغازي : الإعلام والنقد الفني، القاهرة، دار المعارف، 1978

5 - أدوين واكين : مقدمة إلى وسائل الإتصال ، القاهرة، الأهرام، 1981.

6 - برنت روبن : الإتصال والسلوك الإنساني ، السعودية، معهد الإدارة العامة، 1991، (ترجمة جماعية).

7 -جلال عبد الوهاب : العلاقات الإنسانية والإعلام ، الكويت، دار السلاسل، 1984.

8 - جان ستوتزل، آلان جيرار : إستطلاع الرأي العام، بيروت، منشورات عويدات، 1982.

9 - جيهان أحمد رشتي : الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة، دار

الفكر العربي، 1978

10 - جورج كلاوس : لغة السياسة، دمشق، وزارة الثقافة، 1977.

11 -حامد عبد الله ربيع : مقدمة في العلوم السلوكية، القاهرة، دار الفكر العربي، بدون تاريخ.

12 - حامد عبد السلام زهران : علم النفس الإجتماعي، ط. 4 ، القاهرة، عالم الكتب، 1992.

13- حسين فوزي النجار : الإعلام المعاصر -(سلسة إقرأ)-، 1984.

14 - راسم محمد الجمال : الإتصال والإعلام في الوطن العربي ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1991.

15- رولان كايرول : الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية ، الجزائر، د.م.ج، 1984.

16 - رؤوف شلبي: سيكولوجية الرأي والدعوة، ط. 2، الكويت، دار القلم، 1982.

17 - زهير إحدادن : مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991.

18 - الزبير سيف الإسلام : تاريخ الصحافة في الجزائر، م.و.ك، الجزائر، ج. 4 1985.

علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث، ط.2، الجزائر، م.و.ك.، 1986.

20 - سيد محمد ساداتي الشنقيطي: أصول الإعلام الإسلامي وأسسه ، الرياض، دار عالم الكتب، 1986.

21 - ضياء الدين أحمد : حركة القومية العربية (ميلادها ووسائل إنتشارها) ، تم، المركز الإسلامي للأبحاث السياسية، 1986.

22 - عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية، ط. 2 ، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978.

24 - عبد الملك بن هشام: السيرة النبوية، القاهرة،المكتبة التجارية، 1937.

25 - عبد القادر حاتم : الإعلام في القرآن الكريم، لندن، فادي بريس، 1985.

26 - علي جريشة : نحو إعلام إسلامي (إعلامنا إلى أين ؟)، الجزائر، دار الإرشاد، 1990.

27 - عزي عبد الرحمن و آخرون : فضاء الإعلام، الجزائر، د.م.ج، 1994.-

- عالم الإتصال، الجزائر ، د.م.ج، 1992.-

28 - عواطف عبد الرحمن : الصحافة العربية في الجزائر و الجزائر، م.و.ك، 1985.

29 - فتحي الأبياري : الإعلام الدولي والدعاية ، الإسكندرية، دار المعرفة، الجامعة، 1985.

30 - كوليانوسكي و آخرون : علم النفس الإجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية، دار دمشق، 1978.

31 - **محمد سيد محمد :** المسئولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط. 2، 1986.

- الإعلام واللغة، القاهرة، عالم الكتب، 1992.

32 - **محمد عبد الحميد:** بحوث الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، 1992.

33 - **محمد عبد القادر حاتم :** الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية ، لبنان، 1973.

34 - **محمد علي العويني :** دور التكتيك في الإعلام الدولي (دراسة نظرية وتطبيقية)، القاهرة، عالم الكتب، 1979.

35 - **محمد عجاج الخطيب :** أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1985.

36 - **محمود فهمي :** الصوت والصورة، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، د.ت.

37 - **محمود عودة، السيد محمد خيري :** أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي ، بيروت، دار النهضة العربية، 1988.

38 - **مختار التهامي :** الصحافة والسلام العالمي، مصر، دار المعارف.

39 - **مصطفى حجازي :** الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، بيروت، دار الطليعة، 1982.

40 - **المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم :** من قضايا البحث الإعلامي ، تونس، 1985.

- مؤشرات الخطة الإعلامية في الحملات الشاملة لمحو الأمية، تونس، 1984.

-وسائل الإعلام والدول المتطورة، تونس، 1983.

- وسائل الإعلام والدول النامية، تونس، 1986.

44 - ماكبرايد و آخرون : أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر، ش.و.ن.ت، 1981.

45 - نبيل عارف الجردي :مقدمة في علم الإتصال، العين، مكتبة الإمارات، ط.3، 1985.

46 - هوبرت أ. شيللر : المتلاعبون بالعقول، الكويت، الرسالة، 1986

2 . - المراجع الأجنبية :

1- BAYLAN Ch, MIGNOT Xavier : La Communication, France, Nathan, 1991

2- BURRIEL, Jose Maria : El Reto de las ondas (80 años de radiodifusión) Colección Salvat, Madrid, Salvat Ed., 1981.

3- DE MORAGAS, Miquel (ed) : Sociología de la Comunicación, Barcrelona, G. Gili, 1985.

4 - ESCARPIT, R. : - Théorie générale de l'information et de la Communication, Paris, Hachette, 1976.

- Théorie de l'information et pratique politique, Paris, Seuil, 1981.

-L'Ecrit et la Communication, Paris , P.U.F. , 1989.

7 - HABERMAS, Jürgen : Conciencia moral y acción Communicativa, Barcelona, Península, 1985.

8 - HANNA Elias, E. : La Presse arabe, Paris, Ed. Maisonneuve

et Larose, 1993.

9- **KELLEY REARDON, Kathlen** : La Persuasión en la comunicación, Barcelona, Paidos, 1981.

10 - **LAZAR, Judith** : La science de la Communication, Paris, P.U.F, 1992.

11- **LEON, José Luis** : Persuasion de las masas, Madrid, Deusto, 1989.

12- **Mc QUAIL, Denis** : Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona, Paidos, 1985.

13 **MOUSSEAU J., P.TAILHARDAT:** L'audio-visuel de la théorie à la pratique, Paris, Ed.les Encyclopédies du savoir Moderne, 1976.

14 - **Lucien SFEZ** : La Communication, Paris, P.U.F, 1991.

15 - **TERROU, Fernand** : L'Information, Paris, P.U.F, 1974.

16 - **Anne Marie Thibault-Coulan** : Images et Communication, Paris, Ed. Universitaires, 1972.

17- **TIMOTEO ALVAREZ, Jesús** : Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX, Barcelona, Ariel, 1992.

3 . المجلات والدوريات :

1) - معهد علوم الإعلام والإتصال : «**المجلة الجزائرية للإتصال**»، العدد 8 شتاء 1992.

2) - «**مجلة التضامن**» الجزائر أكتوبر 1992.

3) - جامعة الكويت : «**مجلة العلوم الإجتماعية**»، العدد 1، ربيع 1987.

4) - Antoine CASANOVA: " **La Pensée**", N° 286, Paris , 1992.

5) - C.I.S. : **Revista Espanola de investigaciones sociológicas**, N° 57,Madrid, 1992.

أنجز طبعه على مطابع
ديوان المطبوعات الجامعية
الساحة المركزية . بن عكنون
الجزائر